

**Anabela Gradim**

***Manual de Jornalismo  
Livro de Estilo do Urbi et  
Orbi***

**Universidade da Beira Interior  
Covilhã**



# Conteúdo

<b>1</b>	<b>Introdução</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>O papel do Jornal</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>O papel do jornalista</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>Organização da Redacção</b>	<b>25</b>
<b>5</b>	<b>O percurso da Informação</b>	<b>37</b>
<b>6</b>	<b>Os géneros</b>	<b>41</b>
<b>7</b>	<b>A recolha de informação</b>	<b>79</b>
<b>8</b>	<b>Utilização da Linguagem</b>	<b>109</b>
<b>9</b>	<b>A pontuação</b>	<b>121</b>
<b>10</b>	<b>Convenções tipográficas</b>	<b>127</b>
<b>11</b>	<b>O jornal digital – Fazer jornalismo para o novo <i>medium</i></b>	<b>149</b>
<b>12</b>	<b>Enquadramento legal da actividade jornalística</b>	<b>163</b>
<b>13</b>	<b>Sugestões de Leitura</b>	<b>171</b>



# Capítulo 1

## Introdução

O presente trabalho começou por ser a modesta proposta de uma folha (ou poucas mais) de estilo para aplicar ao *Urbi et Orbi*, o jornal digital do Curso de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Rapidamente se revelou, porém, que uma mera folha de estilo seria insuficiente para os propósitos a atingir, e este trabalho acabou por miscigenar essas características com as de um manual de jornalismo.

Porquê? São suficientes nos jornais as folhas ou livros de estilo porque os jovens estagiários que os integram são imediatamente socializados, por jornalistas mais experientes, nas práticas comuns à profissão e na cultura da empresa. Ora no *Urbi*, que ainda se está fazendo, não existe nem este cimento ideológico, nem um cabedal de experiência acumulado, uma cultura própria, que pudesse ser distribuído equitativamente pelos recém-chegados – todos o são.

Por outro lado, constata-se que uma boa parte dos jovens formados na UBI têm sido integrados em órgãos de imprensa regional, onde constituem – apesar da sua falta de experiência – o capital humano com maior formação aí presente. Muitos arcam, dentro desses órgãos, com tremendas responsabilidades; outros estão por conta própria, não dispendo de quem os oriente enquanto dão

os primeiros passos na *tarimba*. Este texto foi escrito também a pensar nesses percursos.

Ao arripio dos tempos, este é um manual extremamente conservador, tanto na forma de encarar a imprensa e o seu papel, como na ideologia e propostas deontológicas implícitas e explícitas ao longo do texto. Há lugar para tal numa altura em que os *media* estão debaixo de fogo, e a concorrência e espectacularização das notícias têm propiciado práticas de natureza duvidosa. A *ratio* de publicações recentes sobre o tema bem o demonstra: por cada dúzia de obras de filosofia, epistemologia, análise, desconstrução, e literacia dos *media*, há uma sobre como fazer jornalismo. Ora a crítica cerrada pode ter efeitos perversos, do cepticismo desencantado, síndrome de impotência, ao leilão dos princípios em proveito próprio. Em face a isto, há que optar.

Faz sentido nos dias que correm formar jovens por um figurino que nos Estados Unidos já data de meados do século que passou?

Muitas vezes a lógica das empresas não se compadece com atitudes quixotescas, é certo. Mas não há nenhuma em que a seriedade, o talento, a competência e o rigor não sejam valorizados. Isto parte de uma visão extremamente otimista. Em Portugal, felizmente, a imprensa está de boa saúde e recomenda-se. Consequentemente, as pressões sobre os jornalistas, internas e externas, não são tantas nem tão fortes assim. Manifestam-se, a maioria das vezes, por uma sub-reptícia forma de contornar obstáculos: através de uma eficiente gestão de recursos humanos, a qual se socorre de profissionais com determinada sensibilidade quando esta é a pretendida<sup>1</sup>. Mil flores floresçam pois. Em jornalismo, como em tudo na vida, as primeiras experiências e impressões são as que mais profundamente marcam, e poderão ditar toda a *praxis* futura. Para um profissional, uma postura eminentemente conservadora como a aqui perfilhada é, creio-o, preferível a qualquer outra.

---

<sup>1</sup>Esta conclusão é fruto de experiência pessoal, e é corroborada por um estudo empírico realizado por Jorge Pedro Sousa, “Perfil sociográfico dos jornalistas do Porto” e disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

## Capítulo 2

# O papel do Jornal

O jornal serve para informar os seus leitores, podendo constituir, subsidiariamente, uma fonte de distração e entretenimento.

Se a função do jornal é informar os seus leitores, tal significa, em primeiro lugar, que a coisa mais importante do jornal, a única coisa importante, são as suas notícias. Não são, pois, os jornalistas, as emoções dos jornalistas, os perigos que correu, as batalhas que travou, bem como a sua pequena sede de fama e estrelato, assuntos que mereçam ser noticiados. O jornalista não é notícia, não é a notícia, e, pese embora a crescente pressão motivada por uma concorrência feroz entre os *media*, não deve nunca confundir-se com ela.

Sendo o jornal uma empresa que produz e divulga notícias, não pode servir interesses criados, nem outros interesses além do seu interesse de informar. O jornal não serve para dar cumprimentos, tecer loas, promover partidos, personalidades ou ideais, ganhar eleições, forjar mitos, arregimentar hostes ou empreender guerras santas. Nem o inverso. O jornal não serve para desacreditar pessoas ou instituições, pagar favores, perseguir inimigos, encetar campanhas, comprometer-se com acções de propaganda ou servir de trampolim para se atingirem fins velados de natureza pessoal.

A única coisa que o jornal faz, de forma rigorosa e funda-

mentada, é divulgar factos actuais de interesse geral – as notícias. Se, eventualmente, tais factos desacreditam ou abonam a favor de pessoas ou instituições, é algo que cumpre aos leitores concluir a partir da leitura dos tais factos que o jornal noticia.

Mas nem só. O jornal também veicula análises e opiniões. Algumas, como os editoriais, da responsabilidade do director, ou os artigos de opinião não assinados, comprometem e obrigam todo o corpo redactorial. Outras, da responsabilidade de jornalistas individualmente identificados, colaboradores ou colunistas, exprimem os pontos de vista e as apreciações subjectivas dos factos que são feitas pelos seus autores.

Entende-se como parte fundamental do serviço prestado por um jornal o contributo que este presta para a análise dos acontecimentos, o esclarecimento e a formação dos seus leitores. E por isso a opinião não é parente pobre da informação, nem vice-versa. São produtos diferentes, que visam objectivos diferentes e possuem igual estatuto e dignidade.

Com a publicação de textos de opinião visa-se proporcionar aos leitores análises e perspectivas diversificadas sobre factos de relevância social, contribuindo para a sua formação e para um alargamento, através da análise de colunistas credíveis e experientes, da percepção que estes têm dos fenómenos. Os artigos de opinião, que podem ser polémicos, servem ainda para lançar o debate público sobre as questões que abordam, promovendo o diálogo e o intercâmbio de ideias, e são por isso fundamentais à democracia e ao exercício de uma cidadania consciente e responsável. Aprende-se sempre com um bom colunista, goste-se ou não dos seus textos e opiniões.

Daqui se depreende que o *Urbi et Orbi* acolherá nas suas colunas o mais amplo leque possível de opiniões, e velará pela rigorosa separação destas dos conteúdos noticiosos. Assim sendo, e em conformidade com o seu estatuto editorial, o jornal está aberto à participação da comunidade onde se insere, e acolherá de igual forma, sem prejuízo dos critérios editoriais, opiniões diversifica-

das – sendo que tal pluralismo é considerado desejável por contribuir para o debate público.

Todavia, tal não significa que toda a opinião caiba num jornal. Todos os dias, em todos os jornais, por dificuldades de expressão, deficiência de forma ou irrelevância dos conteúdos, muitos textos acabam por ser rejeitados. Rejeitados liminarmente serão também os que visem servir interesses velados dos seus autores; contenham acusações sem provas; expressões desprimorosas; incitamento à violência ou à discriminação racial, sexual, religiosa ou outra; e ainda aqueles que defendam a subversão da ordem democrática ou incitem à prática de quaisquer outros crimes.

O *Urbi et Orbi* também defende a rigorosa separação entre notícias – que se baseiam em factos – e opinião – que se baseia em impressões subjectivas filtradas pela personalidade, crenças e formação cultural de quem analisa os factos. Nas notícias, não se misturam ou imiscuem as opiniões dos redactores. Mas também não se castram jornalistas. Isso será bom na ópera ou no harém, não no jornal. Se o jornalista sentir necessidade imperiosa de dar a sua opinião, poderá fazê-lo num comentário aparte identificado como tal.

Em conformidade, nenhum texto noticioso incluirá, velada ou abertamente, manifestações da opinião do seu autor; e todos os textos de opinião deverão ser claramente identificados como tal, de forma a que não possa, quanto a isso, subsistir a mínima dúvida no espírito de um leitor. Sempre que um texto, relativamente a este aspecto, não é identificado, é porque se trata de um trabalho noticioso.

Excepções justificadas a tais princípios são tão extraordinariamente raras que nem deverão ser tomadas em linha de conta na definição dos critérios gerais que regem um jornal. Mas já aconteceram entre nós. Tome-se o recente caso do referendo sobre a independência de Timor Leste, e da campanha que os portugueses, *media* incluídos, encetaram pela intervenção de uma força multinacional de paz no território. Não há ainda estudos sobre o material noticioso produzido durante os dias que antecederam a

entrada da força multinacional em Timor Loro Sae, mas a havê-los mostrariam que o risco foi intencionalmente pisado, porque a questão se transformara em desígnio supra-nacional. Em tal caso os jornais faziam eco do sentir da generalidade, senão totalidade, da população portuguesa. E também não podem demitir-se das suas responsabilidades sociais.

Aqui chegados não pode deixar de se abordar a questão da objectividade jornalística<sup>1</sup>. É impossível não a postular quando se pretende fazer informação; e postulá-la não como intenção pia, mas conferindo-lhe um conteúdo concreto. Objectividade significa realismo à boa maneira aristotélica: há o mundo, há factos e acções que ocorrem nesse mundo, e é possível descrevê-los, inventariando o máximo de determinações possíveis de tais factos<sup>2</sup>.

As notícias não são espelhos rígidos e fiéis dos fenómenos, mas construções metonímicas que se desenvolvem segundo formas de produção ritualizadas e passam por patamares diversos de selecção: das secretarias aos editores e chefias, passando pelos olhos, preconceitos, crenças e formação cultural dos jornalistas, para, no limite, produto pronto, terem de competir em visibilidade com todas as outras notícias do dia, submetendo-se ao espaço limitado do jornal, onde um anúncio de última hora pode significar peça no cesto dos papéis.

A crítica da objectividade só será positiva no sentido em que despertar os jornalistas para o plano da reflexão metodológica. Não pode ser esgrimida como arma de arremesso contra milhares de profissionais que todos os dias, com riscos e sacrifícios pessoais, produzem as notícias que nos chegam; nem, pior ainda, como esteio do vale tudo no *big show news*<sup>3</sup>. A obscenidade pós-

---

<sup>1</sup>Sobre este aspecto, e ainda as pressões e constrangimentos a que a actividade de produção das notícias está sujeita, veja-se Furio **Colombo**, 1995, *Conhecer o Jornalismo Hoje – Como se faz Informação*, Editorial Presença, Lisboa.

<sup>2</sup>No limite, se inventariássemos todas as consequências possíveis do objecto, teríamos o próprio objecto.

<sup>3</sup>Colombo, novamente, sobre as relações entre informação e espectáculo: “A alternativa, para os profissionais do jornalismo, é regressar ao espaço nobre

moderna de declarar que o mercado seleccionará os deontologicamente mais aptos não passa disso mesmo – uma obscenidade.

Objectividade significa pois que, com todos os condicionamentos subjacentes à actividade de informar, é possível produzir informação que relata de forma rigorosa e isenta os acontecimentos que tem por base. A própria multiplicação das instâncias de selecção de notícias pode ser entendida não como condição restritiva mas como garante dessa objectividade. Numa redacção de dimensões razoáveis, dez *gatekeepers*, com toda a aleatoriedade, e mesmo erros, que o seu trabalho possa comportar, asseguram que é impossível a um só manipular determinada informação, o ângulo como a notícia será dada e o espaço que ocupa no jornal, na primeira página, e nas preocupações dos leitores. O processo, se multiplicado por vinte Redacções de dimensões razoáveis assegura que podemos esperar obter uma representação estatisticamente fidedigna dos acontecimentos mais importantes da véspera quando lemos o jornal da manhã. Só isto. Mas já basta para nenhum profissional poder esperar demitir-se de cumprir conscienciosamente a sua função. E defender ciosamente o seu direito a fazê-lo.

É evidente que atingir uma objectividade propriamente científica quando se pratica a actividade de informar, ou esperar obter uma fundamentação de tipo transcendental da mesma, é impossível. Acusações de ingenuidade epistemológica – elas são sempre possíveis e, se se recuar o suficiente em busca de uma fundamentação, “irrespondíveis” – não podem todavia abalar a boa fé e firmeza de quem tenta informar. A objectividade em informação –

---

do tabelião-garante dos acontecimentos averiguados, das fontes identificadas, das razões conhecidas, das reconstruções independentes. Talvez tudo isto se venha a verificar em espaços de mercado mais restritos, com modalidades mais modestas, com um grau de ressonância menor. E pouco espectáculo. Mas, com o tempo, será possível restabelecer aquelas relações de respeito, aquele investimento na confiança do público e na cautela dos poderes, que não são nesta época o aspecto mais típico e mais difundido do modo de fazer jornalismo”, in Furio **Colombo**, 1995, *Conhecer o Jornalismo Hoje – Como se faz Informação*, Editorial Presença, Lisboa, p.24.

como de resto em muitas outras actividades – existe como princípio regulador para o qual se deve tender, que se tentará respeitar, e em torno do qual urge estar vigilante, procurando constantemente aperfeiçoar os procedimentos utilizados.

A reflexão sobre os procedimentos é tanto mais importante quanto esta é também uma profissão de grande exposição pública e pressão constante. O jornalista pode passar 20 anos a construir uma reputação e perdê-la em 20 segundos ao noticiar uma mentira ou cometer um erro grave. Cuidado, rigor, e o cumprimento estrito dos procedimentos deontológicos são a única forma de prevenir tais riscos.

Um jornalista também deve ter sempre presente, e não deixar que isso abale a sua capacidade de decidir como e em que circunstâncias informar, que quando se noticiam situações em que há interesses em conflito agradar a gregos e troianos é impossível – e mesmo agradar, as mais das vezes, não é sequer desejável. Se tal suceder, constitui pelo menos razão para rever os procedimentos e opções tomadas, ainda que para concluir que foram adequados.

A escolha de um facto potencialmente noticiável, a disposição de notícias numa página ou a selecção dos temas da primeira supõem opinião. Mas a única opinião que devem supor é a de que, para quem efectuou tal selecção, esses foram os factos mais importantes de entre o conjunto dos que nesse dia chegaram à Redacção. Para determinar o que são “factos importantes”, jornalisticamente relevantes e potencialmente noticiáveis utilizam-se critérios de avaliação que passam pela proximidade, relevância, estranheza ou importância do acontecimento. Manuel Piedrahita<sup>4</sup> sistematizou-os da seguinte forma:

**Proximidade** – um facto será ou não notícia consoante ocorreu numa zona mais ou menos próxima da área de influência do jornal. Para um diário português, trinta mortos numa avalanche

---

<sup>4</sup>Piedrahita, Manuel, 1993, *Periodismo Moderno – Historia, Perspectivas y Tendencias*, Editorial Paraninfo, Madrid, p. 32 e ss.

no Nepal são menos importantes do que um, nas mesmas circunstâncias, na Serra da Estrela. A morte de um pedreiro por queda de um andaime em Madrid é um facto sem significado para os leitores lisboetas, mas não o será se o acidente ocorrer nas obras da ponte sobre o Tejo. A proximidade é um valor relativo à dimensão e localização do jornal que relata o acontecimento. Por isso, acrescenta Ricardo Cardet<sup>5</sup>, “deve considerar-se igualmente notícia a chegada do primeiro homem à Lua, a morte de um vizinho muito estimado numa aldeia, o falecimento de um Papa, o assassinio, por soldados americanos, de uma mulher na Indochina, ou o massacre da população de uma aldeia angolana por mercenários.(...) Geograficamente o interesse geral da notícia expande-se como as ondas na água: são intensas no lugar onde se produzem e tornam-se mais débeis à medida que se afastam. Se atirmos uma pedra num lago tranquilo, veremos o gráfico desta comparação”.

**Importância** – este princípio resume-se ao seguinte: as pessoas importantes são sempre notícia. Os leitores estão muito mais interessados no que sucede às figuras importantes do que ao homem de rua. É irrelevante se o sr. Silva, que é cleptómano, for apanhado *shoplifting* num supermercado; mas já não o será se o protagonista da história for o ministro da Finanças, um conhecido banqueiro, ou o herdeiro de uma das coroas europeias. Para o bem – Tony Blair vai ser pai do quarto filho – e para o mal. Neste último caso, diz Piedrahita, os leitores sentem uma espécie de regozijo democrático ao comprovar que as pessoas importantes não aparecem só nos jornais para fazerem propaganda a si próprias.

**Polémica** – a polémica jornalística é um foco de atracção dos leitores. Deve ser gerida com cautela, para não descambar no insulto, mas quando bem fundamentada é socialmente útil.

---

<sup>5</sup>Cardet, Ricardo, sd, *Manual de Jornalismo*, col. Nosso Mundo, Editorial Caminho, Lisboa, p. 39 e ss.

**Estranheza** – o estranho, o insólito, bizarro, surpreendente, é sempre notícia porque atrai os leitores.

**Emoção** – o interesse humano, as histórias que lidam com os sentimentos e emoções dos homens: grandes feitos, extraordinária coragem, sexo, corrupção, miséria, ascensões ou quedas vertiginosas na escala social, possuem um poder de atracção quase irresistível sobre os leitores. Eros e Tanatos, resumiria Freud a história das grandes emoções humanas.

**Repercussões** – uma notícia é importante quando as suas consequências se podem repercutir, a curto, médio ou longo prazo, na vida dos leitores. O crude subiu lá longe na Arábia Saudita? Nada de especial se isso não significar aumentos na gasolina aqui à porta. Parte da arte de avaliar e bem escolher notícias consiste em conseguir prever as consequências que certos factos poderão vir a ter na área de influência do jornal. A recusa do ministro em reforçar as verbas para o funcionamento das universidades jamais será notícia para a Gazeta da Soalheira, mas sê-lo-à nos jornais da Covilhã se estes estiverem atentos.

**Agressividade** – O jornalismo pode e deve ser agressivo, no sentido de lutar desassombradamente pelos anseios das populações. Não adoptando uma postura servil relativamente aos poderes instituídos, mas antes cultivando a sua independência face a estes – a voz do povo ao ouvido do monarca, e não a voz do dono.

Na mente de todo o editor, quando decide do destaque a dar a determinada matéria, devem ser formuladas, concomitantemente, as seguintes questões: É importante? Afectará a maioria dos leitores? É interessante? É nova? Ocorreu longe ou perto? É verdadeira? É exclusiva? Está de acordo com a política editorial do jornal? – Quanto mais forte for a notícia em cada um destes critérios, mais probabilidades terá de ser noticiada.

Nuno Crato<sup>6</sup> considera como núcleo duro da selecção de um acontecimento noticiável os critérios da actualidade, significado, e interesse, sendo que o ênfase com que os jornais ponderam um ou outro destes factores determina o estilo de publicação que produzem.

Actualidade porque ninguém deseja ser informado do que já é público e do conhecimento geral, nem nenhum jornal sobreviverá muito tempo se apresentar como destacada notícia aquilo que todos os outros já disseram há dias atrás.

O significado prende-se com a relevância social de um acontecimento e as consequências que este comporta para a colectividade. A ementa do que comemos hoje ao almoço é certamente actual, pena que absolutamente irrelevante. Crato demonstra que muitas vezes é difícil avaliar o real significado de um acontecimento, mas nenhum jornal pode demitir-se dessa função, nem dar-se ao luxo de, sistematicamente, considerar irrelevante aquilo onde todos os outros vêem factos de importância decisiva.

Interesse reporta-se à apetência do público por certos acontecimentos, e está dependente da formação cultural e expectativas dos leitores, as quais variam de publicação para publicação. Interesse é um critério que não coincide, as mais das vezes, com o significado de um acontecimento, de forma que a maneira como os jornais ponderam o peso relativo de cada um dos critérios nas suas notícias determinará boa parte do carácter da publicação. Nenhum jornal pode alhear-se totalmente do interesse do público, mas também nenhum jornal que se preze poderá deixar-se escravizar por ele.

Crato classifica os jornais, pela análise dos critérios de selecção de notícias, em *imprensa informativa* quando os três aspectos estão presentes nas notícias; *imprensa sensacionalista* quando o significado dos acontecimentos é preterido em favor do interesse pelo escandaloso, insólito e fortemente emotivo; e *jornalismo de opinião político*, aquele que noticia factos da actualidade pers-

---

<sup>6</sup>Crato, Nuno, 1992, *Comunicação Social – A Imprensa*, Editorial Presença, Lisboa, p. 109 e ss..

pectivados de acordo com determinadas balizas políticas que orientam editorialmente o jornal, e que poderão ser mais ou menos rígidas.

A construção de uma linha editorial não é linear, depende, entre outros factores, de quem lidera e de quem trabalha no jornal, dos objectivos da publicação, da sua área de influência, e do público a que se destina. Certo é que ela implica sempre critérios valorativos de selecção do material noticioso.

A actividade de selecção é fundamental e inerente ao serviço que os jornais prestam aos seus leitores, e por isso deverá ser desempenhada sem complexos. Ninguém quereria um jornal onde se amontoassem todas as informações que diariamente chegam às redacções – seria um tijolo muito indigesto. As pessoas têm um tempo limitado para despende no consumo de notícias, e desejam ser informadas com rapidez e eficiência. Por isso são absolutamente disparatados os vaticínios de que a *internet*, enquanto espaço virtualmente infinito de *posting* de informações poderá extinguir a profissão de jornalista. Procurar aí a informação diária, prescindindo dos jornalistas, seria como ir à maior lixeira de Lisboa tentar encontrar uma agulha e um dedal, e fazê-lo 365 dias por ano. Num mundo onde o volume de informação disponível é cada vez mais difícil de gerir, a profissão de jornalista pode metamorfosear-se, mas não deixará de ser necessária.

Temos pois que a função do jornal é seleccionar e produzir notícias, transmitindo-as de forma fidedigna e objectiva. As notícias são, estruturalmente, tão importantes que não se pode conceber um jornal sem notícias, e no entanto este pode sobreviver, e muitos sobrevivem, por vários números, sem crónica, crítica, editorial, opinião ou reportagem.

Por notícia o dicionário, fantástico barómetro do senso comum, entende “relatório ou informação sobre um acontecimento recente; aquilo que se ouve pela primeira vez; assunto de interesse; conhecimento, informação, resumo, exposição sucinta; breve relação, memória, biografia, escrito sobre qualquer assunto

de interesse; nota histórica ou científica; lembrança; recordação; nova, novidade”.

É com base no relato de factos deste tipo, relato esse que pode assumir a forma de qualquer um dos géneros, que os jornais são elaborados. São ingredientes fundamentais da notícia aquilo que é novo ou está oculto e que, ademais, é susceptível de interessar a muitas pessoas.

Anunciar que Pêro da Covilhã foi um prócer dos descobrimentos portugueses, não é notícia, é ridículo. Dizer que o Ministério da Saúde escolheu o nome do prócer dos descobrimentos para baptizar o novo hospital da Cova da Beira, isso, porque é novo, já é notícia. As notícias também servem muitas vezes como pretexto para actualizar certas informações. É o caso do jornal que, ao saber que Pêro da Covilhã vai de facto dar nome ao novo hospital, aproveita para publicar um *dossier* aprofundado sobre a personagem, e realizar uma sondagem entre os covilhanenses para apurar, ao certo, quantos sabem quem foi.

Se nem tudo é notícia, porque nem tudo obedece aos critérios da novidade e relevância; paradoxalmente, um bom jornalista também sabe que potencialmente tudo é notícia. Não refiro aqui, sequer, os pseudo-acontecimentos, acontecimentos semi-forjados pelos *media* devido à falta de notícias, e cuja importância é claramente exagerada; mas, simplesmente, que quase tudo pode ser notícia, dependendo da forma como for perspectivado. Os dias sempre iguais do carteiro ou da operária fabril que tem dois filhos não são ordinariamente notícia – como poderiam? – mas podem constituir um excelente tema da reportagem que aborde a solidão urbana e a condição de vida nas sociedades industrializadas.

O jornalista vive mergulhado na actualidade e tem de estar em sintonia com o público e o ambiente cultural da sua época. Nas Redacções fala-se de “faro jornalístico” para referir esta particular sintonia com os tempos e o talento para descobrir notícias onde outros nada vêem. É um talento tão importante quanto o escrever bem e dominar as técnicas de expressão jornalística. Ducasse sabia como ninguém como manejar a língua francesa, mas vivia

enclausurado numa água-furtada, completamente alheio ao que o rodeava, e teria dado um péssimo jornalista.

Jornalismo, na definição do escritor britânico Chesterton, é dizer que Lord Jones morreu a pessoas que nunca souberam que ele estava vivo<sup>7</sup>. É que o jornal reflecte a actualidade, mas também a cria, faz a sua própria agenda, e tem a obrigação de trazer para o debate público questões que de outra forma poderiam passar despercebidas. O Governo aprova discretamente novas regras para as deduções do IRS que se vão traduzir num aumento efectivo da carga fiscal? É obrigação do jornal reparar nisso, traduzir a informação em termos que todos compreendam, mostrar quais os mecanismos que conduzirão ao aumento da carga fiscal, e confrontar os responsáveis com essas questões.

O jornal veicula notícias, mas é também uma fonte de cultura, entretenimento e prazer para os seus leitores. As pessoas procuram o jornal para estarem informadas do que se passa no mundo, no país e na sua aldeia. Mas não só. Quase todos os jornais admitem como parte da sua função esta vertente de entretenimento e por isso publicam nas últimas páginas passatempos diversos, como palavras cruzadas, horóscopos, folhetins e vinhetas de banda desenhada.

Produzem também material informativo que, não obstante, se lê com outros fins que não exclusivamente o de estar informado. É o caso da grande reportagem, entendida enquanto género literário, e cujo conteúdo noticioso estrito se poderia reduzir a dois parágrafos de um telex de agência; das páginas de cultura, que englobam crítica de cinema, teatro e livros; das páginas de divulgação de sites da internet e de crítica de jogos; das revistas de domingo e de suplementos temáticos diversos.

Um bom periódico saberá conciliar sem conflito estes dois aspectos da actividade jornalística: informar rápida, fidedigna e eficientemente; e ser fonte de prazer e descoberta ao virar da página para os seus leitores.

---

<sup>7</sup>In **Piedrahita**, Manuel, 1993, *Periodismo Moderno – Historia, Perspectivas y Tendencias*, Editorial Paraninfo, Madrid, p. 39.

## Capítulo 3

# O papel do jornalista

Informar, segundo o dicionário universal da Língua Portuguesa, é “dar conhecimento, noticiar, avisar, esclarecer; colher informações ou notícias, inteirar-se de”. Como tarefa, é das mais exigentes: requer atenção, perspicácia, vivacidade de espírito e inteligência para a recolha da informação; e ainda um perfeito domínio da língua em ordem a transmitir, de forma adequada, essa mesma informação. Não é raro encontrar estas qualidades reunidas num candidato a jornalista. Muito mais raro é encontrar a outra grande qualidade do jornalista: humildade suficiente para se apagar face ao acontecimento que se relata.

Salvo muito raras exceções, o papel que um jornalista desempenha num acontecimento, as emoções ou dificuldades por que passou, não fazem parte da notícia. Os americanos sintetizam-no muito bem com o *newsmen is no news*. O jornalista pode é, por vezes, informar os seus leitores das condições de produção da notícia – como lhe foi vedado o acesso a certas áreas ou fontes, ou como certos efeitos resultaram precisamente da presença dos *media* no local. É que neste caso a informação que ele aporta contribui para que o leitor ou espectador possa avaliar com outros olhos o acontecimento que relata

É ridículo o homem que vai cobrir o grande incêndio na Serra da Estrela, do qual já resultaram vários mortos e dezenas de ha-

bitações destruídas, abrir a reportagem de forma descabidamente emotiva, e contando como quase se viu cercado pelo fogo mas felizmente escapou ileso. Pese embora o exagero do exemplo, o jornalista tem de perceber que o critério de proximidade se aplica à proximidade do acontecimento **com os seus leitores**, e não com ele próprio.

Outra vertente da humildade necessária ao exercício da profissão prende-se com a capacidade de resistir a misturar factos com opiniões e, de alguma forma, manipular os leitores induzindo-os a retirarem determinado tipo de conclusões. As opiniões do jornalista são certamente muito importantes para a namorada, o cão, os vizinhos e o seu círculo de amigos – serão até muito importantes em termos absolutos – mas ele não tem o direito de se servir do *medium* onde trabalha para tentar influenciar o público que espera dele seriedade, rigor e isenção. Misturar factos com opinião, aparência de rigor com manipulação, devem ser consideradas faltas profissionais muito graves.

O papel do jornalista é fazer com que o jornal cumpra o seu dever de informar os leitores, e por isso muito do que já foi dito se aplica também à actividade de quem escreve para jornais. O jornalista não é uma vivandeira que espalha boatos e devassa a intimidade e privacidade das figuras públicas<sup>1</sup>; não trafica influências; não paga nem presta favores; não promove nem desfaz a imagem de ninguém; não ameaça; não dá recados; não trai a confiança dos leitores ou das fontes; não se arvora juiz ou autoridade moral das questões quando relata factos. Limitar-se-á a relatá-los.

Tudo o que fará se resume pois numa frase: o jornalista cumpre escrupulosamente o código deontológico e os princípios éticos que norteiam a sua actividade. Por dever, mas também no seu melhor interesse.

Todo o jornalista que permaneça tempo suficiente em actividade descobrirá, mais cedo ou mais tarde, que uma vez ou outra

---

<sup>1</sup>É claro que a profissão se presta ao mexerico e à bisbilhotice, mas uma boa parte das informações que os jornalistas obtêm, nunca chegam, por essa razão, a ver a luz do dia nos jornais.

se enganou ou foi enganado – por pessoas hábeis ou desonestas, ou em questões de peritagem que não pode dominar. O cumprimento de regras de equidade e distanciamento na apresentação dos factos assegura, mesmo em tais casos, que nem ele nem o leitor foram ludibriados. Para isto é preciso humildade e admitir sempre, como princípio heurístico, que as coisas podem não ser aquilo que parecem apesar de parecerem muito ser aquilo que são. Nunca pode esperar não se enganar. Infallibilidade, só mesmo o Papa.

Em suma, o jornalista, enquanto trabalha, deve ser um céptico radical. Se não souber como ser um céptico radical, leia o Discurso do Método, e aplique-o, mas só até à parte *pré-res cogitans*.

Como corolário de todas estas características do jornal e dos jornalistas, mais algumas regras:

1. Aceitar críticas fundamentadas, reflectir sobre elas, agradecer-las quando for caso disso; mas nunca, por nunca, ceder a pressões de qualquer tipo. O jornalista na realização do seu trabalho é soberano.
2. Não agir como um deslumbrado misturando-se com acontecimentos ou personalidades. Nunca será uma delas, e está a um passo de ser utilizado – como o tolo da aldeia que faz recados a toda a gente – provocando danos irreparáveis na sua reputação profissional.
3. O jornalista não é amigo dos seus entrevistados, nem parte nas causas que relata; quando o for, deve rejeitar o serviço porque sabe que a proximidade excessiva prejudica a sua isenção.

As fontes devem ser cultivadas, evitando porém cuidadosamente a promiscuidade. Em meios pequenos esta questão é muito sensível porque o jornalista se vê compelido a recorrer amiúde às mesmas fontes, criando inadvertidamente relações de familiaridade que dificultam o seu trabalho. Deverá sempre preferir ser respeitado a estimado.

O jornalista deve ainda ser inteligente, pensar pela sua própria cabeça, possuir uma dose suficiente de sentido crítico, e auto-estima em níveis razoáveis para não se deixar influenciar indevidamente pelos outros nem sucumbir a pressões. Num certo sentido, será um individualista. Gozando profissionalmente de grande autonomia e liberdade de movimentos, quando realiza um serviço, ele é juiz e soberano do seu próprio trabalho; e quando toma decisões, deverá ter a certeza de que foram as melhores decisões possíveis, quer quanto ao material noticioso, quer quanto aos seus pares – que podem simplesmente estar a fazer coisas diferentes ou de outra maneira.

É verdade que é natural a tendência para o “gregarismo”: fundir-se sistematicamente em *pool* com outros jornalistas – mesmo quando o assunto não o justifica – e avaliar e editar a informação rigorosamente da mesma maneira. E é natural porque ajuda a consolidar a imagem que o jornalista tem de si, e a ilusão de que presta um bom serviço e reporta os factos.

Só que esta política – que quando conduzida sistematicamente tem a ver com preguiça, comodismo, ou simplesmente falta de aptidão profissional – tem por resultado a médio e a longo prazo a criação de pesadas rotinas burocráticas; estereótipos e maneirismos na forma de veicular notícias; falta de imaginação e noticiários entediantes.

Com o tempo, cria-se uma verdadeira fábrica de lugares comuns onde a tendência é nivelar tudo pelo mínimo denominador comum. Ora esta é uma profissão em que é impossível acomodarse. Para manter o interesse pelo produto que se oferece, ainda que ligeiras, são necessárias alterações nos textos e evolução. Os jornais (e os jornalistas) que estagnam no tempo – quando é sua obrigação, recorde-se, estar em sintonia com a actualidade – e não aprendem nada de novo, congelam, fossilizam. Poderão manter os seus fiéis leitores mas são incapazes de conquistar novos, e quando essa geração desaparecer, estão condenados também a extinguir-se. Foi o caso de “O Diário”, que fechou, apenas, porque os seus leitores com o passar dos anos foram morrendo.

É pois desejável ser original, inovar e procurar melhorar continuamente. O que nunca se pode esquecer é que leitor quer isso, quer novidade, mas também é um animal de hábitos e rotinas. Habitua-se a estimar e ler o *seu* jornal, diz até que *não saberia ler outro*. Possui determinadas rotinas cognitivas em relação ao jornal que lhe dão segurança e garantem um acesso rápido e eficiente à informação que pretende. Habitua-se ao estilo, à paginação, ao aspecto gráfico, ao corpo de letra utilizado, a ir directamente à página onde escreve o seu colunista preferido ou às notícias de desporto... enfim, a mil e um pormenores que garantem a sua fidelização a um determinado produto.

Não se pode portanto impunemente violentar o perfil de um jornal. Intervenções demasiado radicais podem ter custos elevados. Mas também não se sobrevive sem evolução. Inovar é inevitável, sob pena de, não o fazendo, pôr em risco a empresa e os que nela trabalham.



# Capítulo 4

## Organização da Redacção

Em termos de organização interna da empresa jornalística, os jornais encontravam-se tradicionalmente divididos em quatro grandes áreas: Administração, Redacção, Sector Comercial, e Oficinas (impressão e distribuição). Outros tempos, tempos em que as empresas jornalísticas eram praticamente auto-suficientes: possuíam rotativas e sistemas de distribuição próprios. Hoje só muito raramente tal sucede. A partir de meados da década de 80 impressão e distribuição passaram a ser entregues a firmas exteriores especializadas só nessas áreas, com ganhos consideráveis para as empresas jornalísticas ao nível dos custos de produção. Aqui ocupamo-nos apenas da orgânica e funcionamento da Redacção de um jornal, que é, de resto, dadas as suas características de jornal universitário em suporte digital, a única secção do jornal tradicional que o *Urbi et Orbi* possui.

### 4.1 A Direcção

A direcção do jornal é composta pelo director, que pode ser coadjuvado por directores-adjuntos ou sub-directores. São, em geral, tarefas do director do jornal:

- definir a orientação e a linha editorial da publicação, o que

faz, entre outras formas, através dos editoriais que periodicamente escreve;

- representar o jornal em ocasiões importantes para a vida da publicação;
- convidar e manter a ligação com os colaboradores mais importantes do jornal;
- assumir as responsabilidades legais decorrentes dos textos não assinados que são publicados no jornal; e co-responsabilizar-se pelos textos cujo autor está identificado;
- promover a ligação – tarefa por vezes delicada – entre a administração do jornal, de quem tem a confiança, e a redacção;
- executar as directivas da administração – gestão de pessoal e de custos, por exemplo – e simultaneamente zelar pelo bom ambiente na redacção e pela integridade do produto final;
- tendo responsabilidades na gestão de pessoal, promoções e constituição das hierarquias que coordena, deve avaliar os jornalistas que com ele trabalham e esforçar-se por agir segundo critérios de justiça e equidade;

Na grande maioria dos jornais o director assume habitualmente responsabilidades editoriais na produção da publicação, nomeadamente:

- supervisionando a realização de reportagens e trabalhos de maior fôlego e importância para o jornal, ajudando a definir o ângulo de abordagem e os meios humanos que serão colocados ao serviço da peça;
- auxiliando o chefe de redacção a definir o perfil dos números do jornal e da primeira página;

- escolhendo, em conjunto com a chefia de redacção, destaques, títulos e textos que integram a primeira página;
- lendo as peças mais delicadas, já que terá de se responsabilizar por elas; podendo, ou não, ser informado pelo jornalista da identidade de fontes confidenciais.

No entanto, por força das suas funções, o director pode por vezes encontrar-se ausente da publicação, e, no caso dos órgãos que produzem material informativo diariamente, folga, como qualquer trabalhador, não podendo acompanhar todas as edições. É por isso que as chefias de redacção, na ausência da direcção, gozam de autonomia para cumprir tais tarefas; sendo estas, por vezes, consoante a organização das empresas, maioritariamente da sua responsabilidade.

Por determinação do Estatuto da Imprensa Regional, quem exerce funções de direcção numa empresa jornalística tem direito ao título de equiparação a jornalista, mesmo que o não seja, a que corresponde um documento de identificação próprio emitido pela Comissão da Carteira Profissional.

O director é nomeado pelos proprietários da publicação, ouvido o Conselho de Redacção, quando o haja. Se, no exercício das suas funções, vier a sofrer mais de três condenações por crimes cometidos através da imprensa é forçado a resignar.

São imprescindíveis pois, além de profissionalismo, inteligência e bom senso, qualidades morais e humanas. O director do jornal deverá ser uma figura grata aos jornalistas que trabalham na redacção, e, simultaneamente, possuir a confiança e poder negocial junto da administração. Por inerência, devido ao poder de que goza, o director de um jornal é também geralmente uma figura pública, e como tal deverá ter uma reputação impoluta, ser uma figura credível e digna. Um director que já não possua, junto da opinião pública, este perfil, abalará irremediavelmente o prestígio da publicação que dirige.

A Lei de Imprensa, no **Artigo 20º**, estabelece em relação ao director de publicações periódicas o seguinte:

Ao director compete:

1. Orientar, superintender e determinar o conteúdo da publicação;
2. Elaborar o estatuto editorial (...)
3. Designar os jornalistas com funções de chefia e coordenação
4. Presidir ao Conselho de Redacção
5. Representar o periódico perante quaisquer autoridades em tudo quanto diga respeito a matérias da sua competência e às funções inerentes ao seu cargo.

O director tem direito a:

1. Ser ouvido pela entidade proprietária em tudo o que disser respeito à gestão dos recursos humanos na área jornalística, assim como à oneração ou alienação dos imóveis onde funcionem serviços da redacção que dirige;
2. Ser informado sobre a situação económica e financeira da entidade proprietária e sobre a sua estratégia em termos editoriais”

Por outro lado, o Estatuto da Imprensa regional, relativamente à figura do director, acrescenta ainda, no **Artigo 6º**, o seguinte:

1. Para além dos jornalistas profissionais que exerçam as suas funções em publicações da imprensa regional, são ainda considerados jornalistas da imprensa regional os indivíduos que exerçam, de forma efectiva e permanente, ainda que não remunerada, as funções de director, subdirector, chefe de redacção, redactor ou repórter fotográfico (...)

2. Os indivíduos referidos no número anterior têm direito à emissão de um cartão de identificação próprio”, emitido pela Direcção-Geral da Comunicação Social.

## **4.2 A Sub-direcção**

A sub-direcção do jornal, quando exista, tem por função coadjuvar o director na execução das tarefas que lhe incumbem. Em princípio um director-adjunto pode desempenhar todas as tarefas que cometem à direcção, já que parte importante das suas atribuições é substituir o director na sua ausência, tomando decisões e preenchendo as funções que este normalmente tomaria. O sub-director gozará, evidentemente, da confiança da administração e do director e, tendo responsabilidades na definição da linha editorial da publicação, deve actuar de forma consentânea com o director do jornal, cujas opções aceita e partilha.

## **4.3 O Conselho Editorial**

O Conselho Editorial, como o nome indica, é um órgão consultivo com responsabilidades na definição da linha editorial do jornal, e cujos elementos podem ser, igualmente, colaboradores da publicação. Tendo por tarefa aconselhar a direcção, reflectir sobre o produto e o cumprimento da linha editorial, e pugnar pela qualidade e aperfeiçoamento do jornal, é um cargo que deverá ser ocupado por profissionais experientes e idóneos, ou figuras de reconhecido mérito que – para além das contribuições concretas que poderão prestar – ao avalizarem a publicação emprestam-lhe também algum do seu prestígio.

## 4.4 A Chefia de Redacção

A chefia de redacção tem uma função marcadamente executiva, competindo-lhe coordenar e supervisionar todo o trabalho produzido na redacção, organizar cada número do jornal e responsabilizar-se – sozinha ou em colaboração com a direcção – pela execução da primeira página.

Assim como o director reporta à administração que se subordina aos accionistas do jornal, a chefia de redacção reporta ao director do jornal. O chefe de redacção pode ser coadjuvado por sub-chefes de redacção – na verdade nos diários esta estrutura é praticamente incontornável, já que é necessário substituir o chefe de redacção durante as suas folgas.

## 4.5 Editores de Área ou Secção

Os editores ou chefes de secção têm por tarefa coordenar os trabalhos dos redactores da sua área, editar as peças jornalísticas por eles produzidas, e definir, consoante o número de páginas que lhes forem atribuídas em cada edição, os textos que serão inseridos e a localização e paginação. Tal implica uma apreciação valorativa dos trabalhos que vão chegando à redacção, e experiência suficiente para ajudar a definir ângulos de abordagem e rever peças jornalísticas. Ao longo do dia, reúnem várias vezes com os jornalistas para saber do andamento dos trabalhos, e com a chefia de redacção, a quem informam da existência de trabalhos que poderão vir a integrar a primeira página.

Compete-lhes a grande responsabilidade de “fechar” um número pré-determinado de páginas – haja muitas ou poucas notícias – e programar com a devida antecedência aqueles dias do calendário em que o fluxo de informação que chega às redacções abranda significativamente – caso dos feriados de Natal e Ano Novo; ou do mês de Agosto, em que a política, os serviços dependentes do Estado, e muitas outras fontes do jornal, vão a banhos.

## 4.6 Redactores

São os jornalistas que elaboram os textos que compõem o jornal. Normalmente estão ligados a uma secção e editoria e especializam-se na área em que trabalham: Sociedade, Cultura, Educação, Política... Devem dominar todos os géneros pois serão solicitados para serviços muito diversos: notícia, crónica, reportagem, fait-divers, e por vezes mesmo opinião.

Aos jornalistas, ou redactores, são atribuídos trabalhos pelos editores ou chefias, dos quais estes se deverão inteirar através da consulta da Agenda. A partir desse momento, o jornalista diligente deve providenciar para a sua execução o mais rapidamente possível, cumprindo rigorosamente as *dead lines* da publicação onde labora, as quais variam de órgão para órgão: é muito diferente, em termos temporais, produzir uma peça para uma agência noticiosa, um jornal diário ou um semanário.

No caso do jornalista de agência, este sabe de antemão que o trabalho que realiza tem de chegar às redacções dos jornais a tempo de ainda vir a ser utilizado pelos diários. Também nestes últimos, o fecho da edição é sagrado – só acontecimentos muito excepcionais poderão levar a que se atrase, mas mesmo assim só por algumas horas, o fecho de um jornal. As rotativas não vão é parar por causa de uma reportagem sobre a caça ao pato bravo que não ficou pronta para a edição apazada. E sucessos desses devem ser evitados pelo jornalista responsável, pois colocam dificuldades ao editor, à chefia de redacção, e mesmo aos outros redactores, que podem ser chamados a preencher o espaço deixado em branco pelo colega.

## 4.7 Colaboradores

Os colaboradores são pessoas que colaboram com uma publicação através da realização de trabalho jornalístico, e fazem-no numa base regular. O tipo de colaboração prestada varia muito, consoante o acordo em vigor entre o prestador do serviço e a empresa, e

pode ir desde o auxílio nas secções de desporto ao fim de semana, até ao profissional que propõe trabalhos da sua lavra aos editores, encarregando-se depois de os executar.

Também há colaboradores que asseguram rubricas fixas nas publicações – gastronomia, cinema, *faits-divers*, polícia, opinião – realizando exclusivamente essas tarefas, e conseqüentemente não integrando as rotinas de trabalho dos outros jornalistas da redacção. Há até colaboradores que permanecem invisíveis aos jornalistas, porque lidam directamente com as chefias ou os editores de área, fazendo chegar os seus trabalhos à redacção, onde raramente se deslocam.

Os colaboradores, que podem ou não ser jornalistas profissionais, não são funcionários da empresa jornalística, onde não trabalham a tempo inteiro, e o seu trabalho pode ser remunerado ou não.

## 4.8 Colunistas

Colunistas são personalidades de peso e reconhecido mérito social, intelectual, ou outro, que asseguram rubricas de opinião fixas nos jornais onde colaboram. Em geral é possível avaliar a pujança, qualidade, e mesmo a linha ideológica de um jornal através da análise do elenco de colunistas que integram a publicação. Ao contrário dos editoriais, e dos artigos de opinião não assinados, os trabalhos dos colunistas não representam a linha editorial do jornal nem comprometem toda a publicação e os que nela trabalham.

Os colunistas exprimem e emitem opiniões em nome individual, sobre temas gerais ou áreas específicas, porque lhes é reconhecido mérito para o fazerem, mas as suas posições não são necessariamente partilhadas pela direcção ou pelos jornalistas da casa. Muitos, funcionam como verdadeiros *opinion makers* devido à profundidade das suas análises e à justeza das suas conclusões.

Podem ser tomados como índice da saúde e até mesmo da linha ideológica de um jornal, porque um bom colunista já famoso não vai escolher um jornal que menospreza para publicar os seus trabalhos – preferirá um que garanta a maior circulação possível das suas ideias junto do tipo de público que preza; e também porque aqui opera – como em tudo com excepções – uma espécie de selecção natural: um militante comunista não escolhe ser colunista de *O Dia* – e mesmo que escolhesse o seu trabalho provavelmente seria rejeitado; nem o conhecido economista de tendência ultra-liberal procuraria o extinto *O Diário* para publicar as suas crónicas.

Um jornal verdadeiramente pluralista, conseguiria porém – e muitos fazem-no – conciliar colunistas das mais variadas tendências, o que é positivo porque aumenta a riqueza do jornal, a quantidade de informação que este traz aos leitores, estimulando o debate e a livre circulação de ideias.

## 4.9 Secretaria de Redacção

A Secretaria vela pela parte logística do jornal e pela organização do serviço da Redacção. É da sua responsabilidade a elaboração da Agenda e dos *dossiers* e elementos de *background* que o jornalista utilizará na elaboração do serviço.

Durante as deslocações dos jornalistas, é a secretaria quem trata das reservas de bilhetes e hotéis. Pode também – no caso dos jornais que dispõem de frotas automóveis – gerir a utilização dos carros e motoristas.

Tratam de recuperar as “tarifas” – textos ou imagens – enviadas pelos correspondentes. Encarregam-se da elaboração dos mapas de folgas; da gestão de pessoal para trabalhar durante os feriados e piquetes; de controlar, e justificar, as faltas dos jornalistas; e da elaboração dos mapas de férias, e das “folgas atrasadas” de cada jornalista.

Para além disso, colaboram ainda no trabalho da Redacção,

elaborando “recortes” de outros jornais, escuta de rádio e televisão; e distribuindo pelos editores e chefias os telexes de agência que vão chegando durante o dia.

Poderão ainda ser responsáveis pela execução de certas páginas: cinemas, televisão, telefones úteis; e encarregam-se – trabalho especialmente penoso – de “desgravar” os serviços que os correspondentes ou enviados especiais fazem chegar à Redacção através do telefone.

## 4.10 Arquivo

O arquivo é uma das secções mais importantes do jornal – só um bom serviço de arquivo permite reconstruir o *background* de um acontecimento, ou relacionar acontecimentos passados com casos presentes – aquilo que muitas vezes distingue um jornal que trata a informação em profundidade, daquele que se limita a viver exclusivamente o presente. É evidente que a experiência e memória de um jornalista constitui um excelente arquivo – mas ele apenas guarda temas ou tópicos, não os dados concretos de ocorrências: isso compete ao arquivo fornecer, quando solicitado.

Até há bem pouco tempo os arquivos<sup>1</sup> eram perfeitamente artesanais: constituídos por dossiers de recortes indexados por assuntos, e estes, por sua vez, catalogados por ordem alfabética. As desvantagens eram muitas: pesquisa morosa, dificuldades de indexação; e embora a notícia – vários recortes – pudesse ser arquivada em várias categorias o mesmo não sucedia com as fotografias – uma imagem, um assunto – o que limitava grandemente o potencial do arquivo fotográfico.

A digitalização veio revolucionar as concepções de arquivo e a forma como este era realizado e gerido. A maioria dos jornais

---

<sup>1</sup>O Arquivo é uma secção específica do jornal, e não se pode confundir o trabalho que realiza com as “coleções” de jornais – capas onde se vão colocando por ordem cronológica os jornais do dia – que todas as Redacções têm permanentemente à disposição dos jornalistas.

optou por criar arquivos digitais dos seus textos e imagens; e algumas publicações chegam mesmo a colocar, acompanhado de um motor de busca, a totalidade do arquivo *on line*.

É evidente que o *Urbi et Orbi* possui um arquivo deste tipo, disponível para consulta pública nas suas páginas. Todos os textos e imagens que forem publicados no *Urbi* passarão a fazer parte de uma base de dados onde a pesquisa poderá ser feita a partir dos critérios de indexação ou através da busca de palavras-chave no interior do próprio texto.

Embora a possibilidade de pesquisar palavras-chave no interior dos textos ajude a colmatar eventuais erros de que a indexação em base de dados possa enfermar, a verdade é que a realização de um arquivo exige preparação e sensibilidade da parte de quem desempenha a tarefa.

Preparação porque os critérios de indexação de imagens ou textos são eminentemente jornalísticos: uma imagem cataloga-se não por ser interior ou exterior; natureza morta ou animada; a cores ou a preto e branco; pela impressão ou tamanho; mas, sobretudo, pela relevância jornalística do acontecimento que narra, e os usos potenciais que a publicação poderá vir a fazer dela no futuro. Assim, uma imagem do primeiro-ministro a ser apedrejado por populares durante uma greve poderia ser indexada em: Guterres, Segurança, Violência, Manifestação, Greve...

Nunca é demais frisar que num arquivo é especialmente necessária sensibilidade e bom senso. O editor de fotografia do mais antigo diário português do continente costumava contar como salvara *in extremis* o acervo mais precioso do arquivo fotográfico do jornal. Certo dia ao entrar no arquivo, que estava em reestruturação (leia-se arrumações) depara com um administrativo a rasgar fotografias do início do século que além de deslumbrantes constituíam preciosos documentos históricos. “Estas, Sr. X, são velhas, já não prestam...”



# Capítulo 5

## O percurso da Informação

A notícia, antes de ser apresentada ao público como produto acabado, passa por diversas fases de selecção e processamento que condicionam, em maior ou menor grau, o seu formato final e constituem, no seu conjunto, o trabalho que uma Redacção realiza diariamente.

Da mesma forma que uma Redacção não é composta somente por jornalistas-redactores, também as notícias, antes de assumirem a sua forma definitiva, não passam somente por uma mão, e isso é um factor positivo porque impede que razões meramente subjectivas – leia-se pessoais – determinem o seu conteúdo e o espaço que ocuparão na publicação.

É possível listar pelo menos seis instâncias de selecção e tratamento da notícia, que poderão, consoante os casos, multiplicar-se ou, pelo contrário, sofrer um afunilamento. Mas regra geral, toda a notícia:

Não importa a via pela qual chegue ao jornal, começa por ser seleccionada pela direcção, chefia, editores, secretários de redacção, durante o processo em que as informações são colocadas na Agenda, ou negligenciadas.

Seguidamente os editores, atendendo aos recursos humanos e meios disponíveis nesse dia, fazem a marcação da agenda, distribuindo os serviços pelos redactores. É também durante a mar-

cação da agenda que se estuda o ângulo de abordagem de um trabalho, o espaço que lhe poderá ser dedicado nessa edição, e se o trabalho terá ou não reportagem fotográfica. Todas estas operações de selecção dependem de contingências diversas como sejam a quantidade de jornalistas disponíveis, a quantidade de serviços agendados – e é tendo estes dados em conta que se determinará o ângulo de abordagem do tema e os seus privilégios de espaço. Normalmente nesta fase uma parte dos serviços – aqueles que são avaliados como menos pertinentes – “caem”<sup>1</sup> em favor dos mais relevantes.

O jornalista e os repórteres fotográficos tomam conhecimento dos serviços agendados e começam a preparar a realização do trabalho, documentando-se sobre o assunto, preparando entrevistas, recolhendo dados, e, finalmente, deslocando-se ao sítio onde decorre o acontecimento e levantando o máximo de informações possíveis a esse respeito. Tal levantamento passa pela observação directa e realização de entrevistas, que poderão depois ser complementadas com mais contactos e novas entrevistas assim que se chegue à Redacção, e sempre que o assunto o justifique. Nesta fase, de recolha de informação, os jornalistas fazem também muitas escolhas. Dos dados observados e recolhidos podem resultar alterações radicais no ângulo de abordagem e dimensões do trabalho – o serviço mais anódino pode transformar-se na manchete do jornal, ou vice-versa, o trabalho mais promissor no *chouriço* mais entediante.

Quando dá por finda a recolha de informações, o jornalista passa à fase de criação, durante a qual deverá redigir o trabalho: notícia, entrevista, reportagem... elaborar caixas e títulos, e ajudar o editor a escolher as imagens mais adequadas para ilustrar o acontecimento.

A notícia volta a sair das mãos do jornalista que a elaborou quando passa à fase da edição. Assim que termina de redigir o

---

<sup>110</sup> “Deixar cair” uma notícia ou assunto é desinteressar-se dele, dando-lhe menos relevância que a que tivera em edições anteriores do jornal ou, pura e simplesmente, não o noticiando.

seu trabalho, o jornalista entrega-o ao editor ou chefe de secção, o qual tem por tarefa editar a peça, isto é: lê-la integralmente (a atenção com que a lê é proporcional à experiência do redactor e à importância do assunto); corrigi-la e modificá-la, conformando-a ao livro de estilo do jornal; proceder a cortes no texto sempre que este exceda em caracteres o espaço disponível; escolher o destaque que levará nas páginas da secção que o editor dirige – e isto tem de ser conjugado com a inserção da publicidade; a forma como e o local onde deverá ser paginado; as imagens, gráficos ou infografias que o ilustrarão; e ainda, eventualmente, a elaboração dos títulos e legendas, sempre que o redactor, como deveria, não se encarregou disso ele próprio.

O chefe de redacção, depois de reunir com os diversos editores e de se inteirar dos trabalhos importantes que estes têm em mãos, escolhe o tema que fará a manchete do jornal e as restantes chamadas à primeira página. Depois selecciona as imagens necessárias e elabora os títulos e textos que constituirão esta “montra” do jornal – um resumo hierarquizado e apelativo do que de mais substancial a publicação tem para oferecer aos seus leitores.

Duas notas ainda sobre o percurso da informação: O ângulo de abordagem da notícia ou reportagem pode ser proposto pelo jornalista, pelos editores, chefia de redacção, ou pela direcção. Não é um manifesto nem um programa político – normalmente tratam-se de decisões sensatas e ponderadas sobre a melhor forma de aproveitar o potencial de uma notícia. Mesmo quando não haja instruções explícitas nesse sentido, o ângulo de abordagem deve, quando as circunstâncias o permitirem, ser debatido pelo jornalista com os responsáveis editoriais

De qualquer forma, e especialmente nos trabalhos de profundidade, ponderar o ângulo de abordagem – mesmo que este venha a ser alterado depois do confronto com os factos – é em geral melhor do que o improvisado e a tábua rasa.



# Capítulo 6

## Os géneros

### 6.1 A Notícia

Daniel Ricardo considera características essenciais da notícia a veracidade, actualidade e a capacidade de interessar, sendo que os valores que imprimem interesse a factos actuais e verdadeiros são a proximidade, a importância, o conteúdo humano e a originalidade<sup>1</sup>.

Notícia, é pois, em princípio, tudo aquilo que um jornal publica; mas em sentido técnico, enquanto género, a definição de notícia é mais restrita. Refere-se a textos eminentemente informativos, relativamente curtos, claros, directos, concisos e elaborados segundo regras de codificação bem determinadas: título, *lead*, subtítulos, construção por blocos, e em forma pirâmide invertida.

### 6.2 Lead

O *lead* é o primeiro parágrafo da notícia e nele o leitor deverá encontrar resposta a seis questões fundamentais: O Quê, Quem,

---

<sup>1</sup>Daniel Ricardo, pp. 12-13

Quando, Onde, Porquê e Como; sendo que as duas últimas questões – Porquê e Como – podem as mais das vezes omitir-se do *lead*, guardando-se para o parágrafo subsequente.

A razão é que, antes de mais, os *leads* têm duas funções a cumprir: informar imediatamente o leitor das características mais importantes do facto que se noticia; e serem atraentes apelando à leitura do resto do texto. *Leads* muito pesados dificultam a compreensão e desencorajam a leitura.

Com bom senso e discernimento, o jornalista saberá naturalmente quais as perguntas que se sacrificam no *lead*, ou se se incluem todas. Também há casos onde algumas das questões – geralmente “quando” e “onde” – são desnecessárias. “A Câmara do Porto aprovou hoje, *na sala de sessões dos Paços do Concelho*, alterações ao Plano Director Municipal...” é uma informação tautológica.

Quando, que é o caso mais comum, o *lead* de uma notícia é composto por apenas uma frase, é de extrema importância a escolha do verbo utilizado, que deverá ser directo, forte, de acção, e preferencialmente no presente do indicativo, pois é este que dá o “tom” (*leads*) da notícia. Agora atenção, o conteúdo semântico do verbo tem de respeitar rigorosamente o acontecimento.

Um *lead* bem construído dispensa o leitor apressado de se deter no resto da peça, porque a informação básica mais importante já foi dada; mas se retiver o carácter apelativo é, simultaneamente, o melhor anúncio publicitário que tal peça pode ter – e o leitor quererá lê-la até ao fim. Neste sentido, todo o jornalista sabe da importância que tem a construção de um bom *lead*, e como, obedecendo às regras, é possível investir tempo e cuidado em qualidade e originalidade. *Leads* preguiçosos – chapa quatro – marcam as peças e, com o tempo, marcarão também o jornalista.

A formulação “responder aos quatro Q’s” pode parecer artificial e forçada, mas a verdade é que os factos que devem constar do *lead* correspondem às perguntas que a generalidade das pessoas coloca quando deseja inteirar-se de um acontecimento. São pois “naturais” no sentido em que estão intimamente ligadas à nossa

forma de conhecer e narrar uma história. Isto para dizer que o jornalista, quando constrói um *lead*, não deve estar obcecado em amontoar nele a resposta a todos os Q's da cartilha – apenas dizer de forma clara o que de mais importante se passou. Com um pouco de prática a escrita passará a fluir ligeira e sem esforço.

*O Cônsul honorário de Portugal em Marrocos (Quem) foi detido (O quê) ontem (Quando) no porto de Ceuta (Onde) com mais de 86 quilos de haxixe (Porquê).*

É um perfeito *lead* informativo, que diz tudo quanto um leitor apressado necessita de saber sobre o assunto antes de decidir se prossegue a leitura. O parágrafo que segue o *lead* deverá depois conter precisões dos factos aí narrados, o que se faz, neste caso, precisando a indentidade do protagonista e as circunstâncias que rodearam a sua detenção:

*Ahmed B. de 54 anos, foi detido na terça-feira à tarde quando tentava embarcar ao volante de um veículo automóvel do corpo diplomático português, que transportava, num fundo falso, a droga apreendida pelas autoridades espanholas.*

A ordem pela qual as questões se seguem no *lead* depende apenas do assunto em causa e do que, num dado facto, é mais importante, de forma que um *lead* pode iniciar-se por qualquer uma das perguntas:

- **O Quê** – “Um aparatoso acidente rodoviário, do qual não resultaram vítimas, manteve fechada por mais de 12 horas a Linha da Beira Baixa, impedindo a circulação do *Sud Express*”
- **Quem** – “Francisco Verde substitui Arlindo Cunha na pasta da Agricultura já a partir da próxima segunda-feira...”

- **Quando** – “A partir de Janeiro os taxistas vão ter de prestar mais atenção à forma como se comportam na presença de passageiros...”
- **Onde** – “O Porto é hoje palco de mais 20 concertos rock no âmbito...”
- **Como** – “Armado de um saco de plástico e três carrinhos de linhas, Luís Pinto escalou ontem a Torre dos Clérigos, no Porto, um feito que lhe valeu...”
- **Porquê** – “Para pôr fim à greve dos médicos e enfermeiros o Governo decidiu...”

Nem todos os leads obedecem a estas regras de construção, e, no caso da reportagem ou *fait divers*, tal não é sequer desejável. O *lead* directo, aquele que resume com brevidade um acontecimento, aplica-se sobretudo às notícias do tipo *hard news*; ao passo que as *soft news*<sup>2</sup>, curiosidades, casos insólitos, *fait divers*, pedem um *lead retardado*, aquele que já não tem a preocupação de transmitir informação directa, mas sim despertar imaginativamente o leitor para o assunto que aborda. Um bom exemplo de *lead* retardado é o que abria, no *Público*, a incrível história de Happi Bull:

*“Na véspera de Natal, Patricia White Bull acordou mal disposta. Olhou para as desconhecidas à sua volta e disse: “Não façam isso”. As enfermeiras que, num hospital do estado norte-americano de Albuquerque, lhe ajeitavam os lençóis da cama paralisaram. A índia Sioux com o nome tribal de Happi acabava de despertar de 16 anos de coma.”*

O tipo de *lead* a utilizar depende, evidentemente, do carácter do acontecimento; sendo que só os *leads* directos requerem depois a utilização da pirâmide invertida e, eventualmente, a construção por blocos.

---

<sup>2</sup>*Hard* e *soft news* é uma distinção com origem no jornalismo anglo-saxónico, utilizada também pelo Livro de Estilo da Lusa.

### 6.3 Pirâmide invertida

A pirâmide invertida é a técnica mais comum de construção das notícias e segue-se naturalmente da elaboração de um bom *lead* directo. Significa, muito simplesmente, que numa notícia, a seguir ao *lead*, todas as restantes informações são dadas por ordem decrescente de importância, de forma que, à medida que se vai descendo no corpo da notícia, os factos relatados se vão tornando cada vez menos essenciais. Pirâmide invertida porque a base desta, aquilo que é noticiosamente mais importante, se encontra no topo – em ordem muito distinta à que seguem por exemplo a novela, o drama ou o conto.

A pirâmide



### 6.4 Os parágrafos – construção por blocos

A construção por blocos é uma técnica que se associa frequentemente à pirâmide invertida, embora cada uma possa subsistir de forma independente. Construir um texto “por blocos” significa que cada parágrafo funciona na notícia como uma entidade logicamente autónoma. Isto é, os parágrafos são construídos como blocos estanques, sem ligação necessária, nem linguística nem

semântica-informativa, com o parágrafo imediatamente anterior. Não é que os parágrafos não tenham, todos, ligação com o acontecimento que narram, que funciona como fio condutor; simplesmente, eles são autónomos em relação uns aos outros.

A vantagem deste tipo de construção é dupla: por um lado, se o leitor desiste da leitura da notícia a meio, perde certamente informação, mas não é deixado com nenhuma ideia ou conceito pendente do parágrafo seguinte; por outro, e esta muito mais importante, o editor e o paginador sabem que se for necessário diminuir apressadamente a extensão da peça podem começar a cortar parágrafos a partir do fim, sem que se perca informação essencial e sem ser necessário emendar ou corrigir os parágrafos que se mantêm. Num trabalho rigorosamente construído, se o editor continuasse a cortar até só restar o *lead*, ainda assim teríamos notícia – uma breve.

## 6.5 Norma e desvio

Não faltam críticos a esta técnica de escrita jornalística que é considerada restritiva, empobrecedora e limitada. Tais críticas são injustificadas. A técnica clássica de construção de notícias sobrevive porque tem provas dadas, e é de facto a que melhor serve quer o tempo de produção do jornal – em regra um dia – quer as necessidades e expectativas dos leitores que desejam ser informados.

Mesmo um fanático leitor de jornais, ou um profissional de imprensa, não dedica mais de duas horas por dia à leitura de jornais<sup>3</sup>. Possuímos, além disso, uma capacidade de memorização limitada, de maneira que as fórmulas *uma frase – uma ideia*, e *primeiro o mais importante*, aumentam a eficácia da comunicação e do acto de informar

---

<sup>3</sup>Em França a média de tempo dispendida na leitura de toda a imprensa é de 37 minutos. In **Boucher**, Jean-Dominique, 1994, *A Reportagem Escrita*, col. Técnicas da Jornalismo, Editorial Inquérito, Mem Martins.

É por isso indispensável para qualquer jornalista o domínio perfeito da técnica de construção de notícias a partir de leads e pirâmides invertidas. Isso treiná-lo-á na distinção entre o essencial e o acessório, e a passar directamente dos pormenores ao coração dos acontecimentos. Apreendida a técnica, servirá não só na passagem dos acontecimentos à forma escrita, mas igualmente durante o processo de recolha de informação. O jornalista experiente é *focused*, sabe exactamente aquilo que pretende, o que é relevante nos factos em apreço, e por isso não se deixa conduzir pelos entrevistados nem permite que estes se esquivem às questões incómodas.

Permanecem mesmo assim por responder as críticas que versam sobre as restrições que esta forma de escrever impõe ao estilo. É verdade que aporta limitações incontornáveis, próprias da rigidez das regras de escrita, só que todas elas podem ser supridas através dos restantes géneros jornalísticos e, porque essencialmente informativa, especialmente pela reportagem ou nota de reportagem. A notícia nem sempre é o género adequado para narrar um acontecimento, e por isso existem os outros géneros, mas é perfeita para veicular certo tipo de informações.

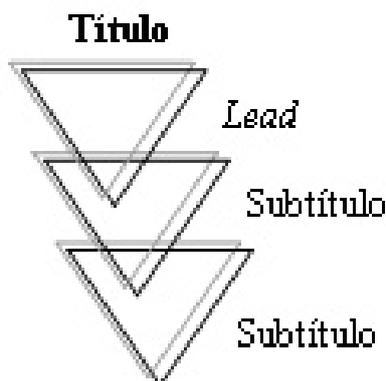
Depois, mesmo aplicando as regras, não há limites para a criatividade de um jornalista na produção de uma boa notícia, e pode passar-se uma vida inteira a apurar e aperfeiçoar a riqueza, clareza, precisão e concisão da linguagem jornalística, sempre obedecendo às mesmas regras. Ou, de outras vezes, porque não, quebrá-las? Sem dúvida. Algumas. Só que não é possível subverter, ultrapassar ou melhorar uma técnica sem antes a dominar perfeitamente.

É claro que nem todos os jornais, em todos os momentos, aplicam exclusivamente esta técnica de construção de notícias. O estilo é muito popular na imprensa anglo-saxónica; na europeia, imprensa francesa por exemplo, é condimentado com outras técnicas<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup>Mais uma vez a origem histórica desta forma de construção parece ter a ver com razões técnicas. Os jornais que não tratavam as notícias em forma de

Outras estratégias podem ser seguidas na construção da notícia. Pode-se ir “alimentando” o leitor com dados importantes o longo de toda a peça, tentando manter vivo o seu interesse. Outra técnica é poupar dados de grande interesse para o parágrafo final da notícia, fechando como num soneto, com “chave de ouro”. Também é possível criar *suspense* no *lead*, suspense que não se resolve imediatamente no parágrafo a seguir, mas só depois de oportunamente se ter espicaçado a curiosidade do leitor. Especialmente cara à reportagem, mas não exclusiva, é a construção do texto na forma de sucessivas pirâmides invertidas, nas quais os temas se encontram ordenados logicamente e separados por subtítulos.



Com ou sem regras estritas, que podem ser um convite à inovação e originalidade, a plasticidade da linguagem permite a renovação interminável das formas. A conformidade ao *lead* e à

---

pirâmide invertida eram aqueles em que a maquete – diagramação das páginas – era feita antes da chegada dos textos, e portanto o jornalista antes de sair para um serviço sabia com toda a precisão o número linhas que podia escrever, e nunca havia necessidade de “aparar” textos. Maior liberdade? Talvez sim, ou não, já que independentemente da qualidade que o acontecimento viesse a revelar durante o trabalho de campo, o jornalista estava limitado a um determinado espaço. Hoje a paginação electrónica, com a rapidez e flexibilidade que oferece, já não obriga, por razões meramente técnicas, à utilização rígida da pirâmide invertida.

pirâmide invertida não é incompatível com a pertinência, precisão de linguagem, estilo vivo e nervoso, prosa criativa e original que devem caracterizar toda a notícia. Por tudo isto, para concluir: no *Urbi et Orbi* nenhum jornalista faz notícias de outra maneira antes de as saber fazer desta.

## 6.6 Estilo codificado: vantagens e desvantagens

A estruturação das notícias de acordo com a técnica tradicional – *lead*, pirâmide invertida, blocos – apresenta vantagens e desvantagens, sendo que a maioria dos profissionais admite que as primeiras suplantam largamente as segundas.

As vantagens prendem-se com a “naturalidade”, devido à forma da narração estar muito próxima da forma como conhecemos e contamos uma história; a facilidade de leitura e memorização dos elementos mais importantes da notícia; o facto de informar eficientemente o leitor apressado e servir à captação do seu interesse; e de se adaptar com facilidade às necessidades de edição e paginação de qualquer jornal.

Como instrumento de trabalho é um dispositivo poderoso nas mãos do jornalista. É uma técnica de codificar a realidade, mas também de a “descodificar”, de ler imediatamente os sinais importantes de um acontecimento e saber distingui-los do acessório. Também permite ao jornalista, por mais desfavoráveis que sejam as circunstâncias, narrar um facto com correcção jornalística, por maiores que sejam as pressões que enfrenta.

Essas pressões, no sentido de contingências que afectam a realização da notícia, podem ser muitas e variadas. As mais comuns prendem-se com limitações de ordem temporal – as rotativas têm horas para começar a funcionar, os acontecimentos não. Acresce que a atribuição da impressão a empresas exteriores ao jornal tende a agravar a inflexibilidade da “hora de fecho” porque

tais empresas não imprimem um mas muitos jornais e não podem pôr em perigo os interesses dos restantes clientes.

Por tudo isto, 15 ou 20 minutos para redigir uma notícia de última hora – por exemplo um acidente de onde o jornalista acabou de chegar – não é, na Redacção de um diário, uma situação fora do normal. Mas há mais: extremo cansaço físico (na cobertura de sinistros ou desastres naturais); uma noite em branco a caminho do local de um desastre depois de um dia de trabalho; *jet lag*; situações de perigo físico ou stress de guerra; condições de alojamento e alimentação deficientes – a lista é praticamente interminável. A técnica de redacção de notícias, que se torna um dispositivo quase automatizado, assegura ao jornalista que, mesmo em circunstâncias tão adversas, ele consegue reportar os factos, se não da melhor forma possível, pelo menos de forma aceitável e jornalisticamente correcta.

E este é também o seu calcanhar de Aquiles. As rotinas e os automatismos podem facilmente resvalar para uma forma “preguiçosa” de fazer jornalismo, que repete até à exaustão fórmulas que o tempo desgasta e já despojou de todo o interesse. É o caso do *lead* cronológico reiterado *ad infinitum*, qualquer que seja o facto que lhe subjaz, uma falha muito comum, que retém a aparência de notícia, mas não a sua essência:

*“ Realizou-se ontem, pelas 19 horas, a segunda Assembleia Geral da Santa Casa da Misericórdia de Serrotes de Baixo ...”*

*“Decorreu ontem...”*

*“Os empresários da Região Centro reuniram ontem...”*

*“O ministro X anunciou ontem...”*

São aberturas de leads perfeitamente soporíferas que pretendiam relatar acontecimentos excitantes, cheios de vida e interesse:

uma Assembleia Geral de uma Misericórdia em que os *irmãos* andaram à estalada por causa de dinheiro; a abertura de um congresso de médicos sobre a dor crónica; o boicote de uma importante associação de empresários a medidas do Governo; o anúncio de que o Serviço Nacional de Saúde vai ser privatizado...

Uma boa parte dos defeitos que se assacam à técnica da pirâmide invertida são acidentais, derivam do mau uso da técnica por maus profissionais, e não intrínsecos a esta forma de fazer jornalismo. Por isso o *Urbi et Orbi* adopta-a como forma básica de veicular notícias directas, sem prejuízo do cuidado posto nos outros géneros.

“Por mais respeitáveis que sejam os argumentos dos seus detractores, a verdade é que o sistema do *lead* e da pirâmide invertida possui potencialidades que seria um erro menosprezar. Trata-se de uma fórmula cuja aplicação não só imprime rapidez à transmissão de informações e clareza à exposição das ideias, como permite escrever depressa e ajustar os textos aos espaços disponíveis nas páginas (...) Quando são elaboradas em conformidade com aquela técnica, as peças jornalísticas adquirem uma estrutura sui generis, que as distingue da generalidade das obras de ficção literária: ao passo que, nestas, a narração se desenvolve cronologicamente e num crescendo de tensão, até ao clímax final, naquelas o relato começa pelo desfecho da história ou pela condensação do que nela há de inédito e interessante. Por outro lado, o ritmo especial que a valorização da actualidade confere aos textos, torna-os imediatamente reconhecíveis como produto da actividade jornalística”<sup>5</sup>.

<sup>5</sup>In Daniel **Ricardo**, Op. cit., p. 20. Ricardo observa também que ao *lead* “ainda ninguém propôs uma fórmula alternativa consistente” e, citando Lago Burnett, “Não façamos a revolução às avessas para regredir aos velhos dogmas de uma escola superada”, no caso o regresso ao *nariz de cera* em uso no início do século. *Ibidem*, p. 19.

## 6.7 Títulos

Os títulos anunciam o texto jornalístico que encabeçam, e são aquilo que em primeiro lugar o leitor apreende quando se debruça sobre as páginas de um jornal. O leitor típico vai viajando de título em título até encontrar algo que lhe prenda definitivamente a atenção, ou corresponda aos seus interesses quotidianos: aí detém-se, prosseguindo a leitura da notícia. Nenhum jornalista desconhece a importância da arte de titular e, também, as dificuldades que a construção de um bom título apresenta. O título é sempre o mais delicado e o mais difícil de obter numa peça jornalística. Um bom truque consiste em deixá-lo para o fim, para depois de se ter concluído a peça, altura em que o jornalista domina perfeitamente o seu conteúdo. Por vezes isto basta. Ou então fazer uma pausa e pensar noutra coisa depois de terminado o trabalho – uma forma de não menosprezar o poder e a permanente vigília do subconsciente, que às vezes, surpreendentemente, oferece prendas inesperadas.

Descrever as funções e principais características do título, e ainda fixar algumas das regras a que a sua construção deve obedecer é tudo quanto um manual pode fazer pelo jornalista. A consecução de títulos brilhantes, bons, maus, razoáveis, péssimos, ou geniais é um acto criador solitário, com resultados muitas vezes desiguais, que cada jornalista tem de enfrentar sozinho.

Um título, se não necessita sempre de ser directo e imediatamente informativo, deve, mesmo na reportagem, reter algo dessa característica. O título tem de ser concreto e estar relacionado com o assunto de que fala o texto, informando directamente, levantando pistas sobre o que vai ser revelado, ou, simplesmente, brilhando pela sua oportunidade ou originalidade.

Morreu o escritor Graham Greene

ou

Our man in heaven

título que abria a reportagem do *Expresso* sobre esse assunto,

são respectivamente, um correcto título noticioso e um brilhante título de reportagem – atente-se que ambos dizem exactamente a mesma coisa, e que o conteúdo informativo, que não o brilho da fórmula, é idêntico.

Isto para dizer que, sem prejuízo da mais intensa liberdade e criatividade, o título tem de ter relação com aquilo que titula; aportar, pelo menos, vestígios de informação; e, sobretudo, ser perceptível para a generalidade do público a que se dirige. Isto é, os títulos não devem ser herméticos, enigmáticos, elucubratórios, pedantes, acessíveis apenas ao seu autor e ao Altíssimo.

“Consideramos bom o título que prende a atenção de todos os leitores, quaisquer que sejam os seus particulares interesses, gostos e hábitos de cada um, ou seja: o que salta à vista e, ao mesmo tempo, se revela ‘suficientemente explícito para que toda a gente o compreenda com facilidade, e misterioso q.b. para suscitar o desejo de obter mais informações’ sobre a matéria que apregoa”, diz Daniel Ricardo<sup>6</sup>.

Temos pois que os títulos, os quais, juntamente com as fotografias, são a primeira coisa, e por vezes a única, a que o leitor atenta no jornal. O título serve assim para informar, cativar, prender o leitor, despertando a sua atenção e curiosidade. Um mau título, como um mau *lead*, pode matar a melhor peça jornalística.

As dificuldades de elaboração de um bom título emergem da necessidade de reunir numa única frase alguma informação, a “essência” do texto a que se reporta, e fazê-lo numa fórmula poderosa, cheia de ritmo, brilho e nervo, e que deve ainda permanecer fiel ao texto que titula. “O título deve possuir um ritmo próprio e um equilíbrio interno que o tornem, simultaneamente, apelativo e esclarecedor” resume Silva Araújo<sup>7</sup>.

Apesar da intenção declarada de cativar o leitor, a regra de ouro de todo o título é nunca o enganar, prometendo em título mais do que aquilo que se tem para lhe oferecer. O resultado disso

---

<sup>6</sup>Op. cit., p. 53.

<sup>7</sup>Araújo, Domingos Silva, 1988, *Vamos falar de Jornalismo*, Direcção-Geral da Comunicação Social, Lisboa, p. 88.

são títulos gritantes e sensacionalistas que defraudam e frustram os leitores. O título deve respeitar rigorosamente o texto a que se reporta, e nunca insinuar – por exemplo, através da descontextualização de uma frase – elementos que a peça não contemple.

Os títulos, antetítulos e subtítulos desempenham ainda uma função estética nas páginas dos jornais, ajudando a quebrar a monotonia das extensas colunas de texto, demarcando a arrumação dos próprios textos, e servindo ao equilíbrio gráfico da página.

No *Urbi et Orbi* os títulos não podem exceder as duas linhas; excepto em chamadas da primeira página a uma coluna, nas quais o título pode ocupar até quatro linhas. Todos os títulos são precedidos de um antetítulo, em corpo de letra menos destacado, o qual nunca pode exceder uma linha de texto. Nos textos em que a sua extensão o justifique serão colocados subtítulos a negro, com um máximo de 25 batidas por linha, e ocupando até duas linhas.

Além disso, para o *Urbi et Orbi* a primeira palavra do título inicia com caixa alta, e as seguintes – observadas as regras sobre este tema do capítulo “Convenções tipográficas” – sempre que aplicável com caixa baixa.

Duas linhas é pois a extensão máxima permitida para um título de uma peça, embora estes possam ter só uma linha. No caso da primeira página, em que a apresentação gráfica dos trabalhos é outra, são admissíveis, quando paginados a uma coluna, títulos com até quatro linhas – mas em tal caso, isto é, sempre que se ultrapassem as duas linhas, deve prescindir-se de antetítulo.

Uma palavra apra os antetítulos: tratam-se de uma linha de texto em corpo muito menos destacado que o do título, e que o precede na abertura de uma peça. O antetítulo completa o título, fornecendo elementos preciosos para a sua inteligibilidade, já que a condensação a que o título obriga nem sempre permite a contextualização imediata e o enquadramento daquilo de que fala. O antetítulo retira ao título a obrigação de *dizer tudo*, permitindo a utilização neste de fórmulas mais breves, e portanto mais vigorosas e expressivas. No *Urbi et Orbi* a sua utilização deve constituir a regra, a ausência uma excepção.

O título deverá ser, em geral, eminentemente informativo, condensando a informação incluída no *lead*. Todavia, nunca é demais dizer-lo, neste aspecto o seu carácter é essencialmente ditado pelo acontecimento e pela forma que se escolheu para o narrar – *leads* retardados pedem títulos onde a criatividade e as preocupações estéticas brilhem mais que a informação.

“A brevidade e a vivacidade do título permitem certas violências gramaticais. Todavia, deverá conter, expressos ou implícitos, sujeito, predicado e complemento (directo ou indirecto). Quanto a outros elementos da frase, nomeadamente algumas partículas e artigos, devem ser retirados”, acrescenta Silva Araújo<sup>8</sup>.

Os títulos devem ser construções afirmativas, preferencialmente com o verbo colocado no presente do indicativo. Por princípio desaconselha-se a utilização de títulos negativos – o leitor quer saber o que aconteceu, e não o inverso – e interrogativos, que sugerem que o jornal veicula rumores ou boatos.

António não foi condenado  
pelo Tribunal da Boa Hora

uma construção negativa, não é a mesma coisa que

António Cunha absolvido  
pelo Tribunal da Boa Hora

A excepção que pode admitir-se ao emprego da forma negativa num título e quando se reporta a situações em que a partícula *não* “causa comoção ou alívio”:

Portugal não entra na III Guerra  
Tufão não atinge os Açores

mas este último título poderia igualmente ser construído de forma positiva:

---

<sup>8</sup>Ibidem, p. 88.

### Tufão passa ao largo dos Açores

Por regra, jamais se utiliza o ponto de interrogação num título: o jornal informa, responde às perguntas dos leitores, tira a limpo rumores, e portanto não os veicula. A única possibilidade – sempre excepcional – de produzir um título interrogativo é quando o ponto de interrogação, em vez de se reportar ao conteúdo informativo da notícia, assinalando dúvida ou desconhecimento, tem propósitos estéticos.

### **Sondagem revela: 80 desconhecem 2001**

Porto dois mil e quê?

mas jamais

Soares é candidato?

O jornal tem obrigação de saber se Soares é ou não candidato, e em que pé estão as negociações nesse sentido. Na eventualidade de nem o próprio Soares saber se é candidato, o título informará de forma positiva esse mesmo facto:

### **Contra a oposição da ala esquerda do PS**

Guterristas querem Soares

Da mesma forma que não se produzem leads genéricos, também não se fazem títulos demasiado gerais. Em vez de:

Conselho de Ministros toma importantes medidas

deve escrever-se:

### **Por decisão do Conselho de Ministros**

Gasolina aumenta a partir de Janeiro

Os títulos, da mesma forma que os períodos e as frases, nunca podem iniciar por algarismos. Quando for necessário empregá-los dessa forma, o número deverá ser escrito por extenso. Assim:

Seis milhões de contos para os têxteis

e nunca

6 milhões de contos para os têxteis

É proibido o uso de parêntesis, de ponto e vírgula e de ponto final nos títulos, bem como de reticências, as quais, mais uma vez, deixam em suspenso o que se quer dizer, como quem lança um boato, levanta uma dúvida ou tem uma piada para contar. Os títulos informam, agarram e atraem, não criam dúvidas, não são engraçados nem contam anedotas.

*Águia mostrou... as garras*

É título que poderia facilmente ser corrigido por um editor atento – as reticências, como quase sempre, deveriam muito simplesmente ter sido omitidas.

Nos títulos, os sinais de pontuação devem ser reduzidos ao estritamente indispensável e, sempre que possível, eliminados. Em todo o caso, são admissíveis, com conta, peso e medida, a vírgula, o travessão e os dois pontos.

Os títulos não fazem trocadilhos, não brincam com as pessoas ou com os cargos que ocupam, nem servem para mandar recados. Ainda que pressionado pelo tempo o jornalista possa achar tais opções acertadas no momento, elas são de mau gosto, e é penoso que só venha a aperceber-se disso, e a arrepender-se, depois do texto publicado.

Há também regras para a partição dos títulos, que seguem o seguinte princípio: não devem ficar partículas ou elementos lógicos “pendurados” numa linha de título. As linhas dos títulos não devem terminar em artigos definidos ou indefinidos, preposições ou locuções prepositivas – os elementos de ligação que sustentam a frase “caem” sempre para o início da linha seguinte, de forma que a anterior represente sempre uma unidade lógica, e não um dispositivo que apresenta ideias aos soluços.

“Agora vamos trabalhar para  
completar a reforma fiscal”

É um título errado porque “para” deveria ter sido remetido para a linha seguinte.

Pela mesma razão, um título pode ser partido num verbo, mas só em determinados casos. É sempre errado proceder à partição dos títulos em verbos de ligação, também chamados copulativos. O verbo de ligação por excelência é o verbo *se*, mas existem muitos outros, como tornar-se, estar, ficar, permanecer, parecer, aparecer, etc...

A partição dos verbos transitivos – aqueles que expressam uma acção que incide sobre um sintagma nominal que desempenha a função de complemento directo – requer alguns cuidados: há casos em que é possível, outros em que resulta deselegante. Os verbos intransitivos apresentam muito menos problemas já que são sempre passíveis de partição – tratam-se dos verbos que não são acompanhados de sintagma nominal, e cujo sentido é “pleno” assim que são enunciados: nasceu, chorou, morreu...

Proibido igualmente é partir os títulos a meio de nomes próprios:

Sofinca compra Jardim  
Público da Covilhã

ou

Gomes critica Fernando  
Lemos de Freitas

ou

Investimento do Banco  
de Portugal cresce em 99

Outro erro a evitar é abrir o título com um verbo, deixando o sujeito subentendido:

Vão demolir o Coliseu

ou

Despediram cem trabalhadores

em vez de

Lisnave despede cem trabalhadores

ou

IURDY projecta  
demolir o Coliseu

Deve também, por razões estéticas, respeitar-se uma certa proporção entre as linhas que compõem o título, procurando que a sua extensão seja equilibrada de forma que o conjunto não seja graficamente chocante. É errado escrever:

Inês Monteiro sagrou-se campeã da Europa  
em corta-mato

Podendo dizer-se exactamente o mesmo da seguinte forma:

Inês Monteiro sagrou-se  
campeã europeia de corta-mato

É também um erro repetir palavras no mesmo bloco antetítulo-título, bem como repetir palavras em títulos que fiquem situados na mesma página ou em páginas contíguas par-ímpar. O efeito deste erro, que cumpre ao editor não cometer já que é ele quem centraliza todos os textos e os distribui nas páginas, é tornar a leitura monótona e mesmo desagradável.

Há duas razões para isto: devido ao corpo utilizado ao titular, que é de grande destaque, essas repetições “berram” de forma

ensurdecadora na página, mesmo que atentemos apenas ao seu aspecto gráfico; e também devido ao facto de o leitor, numa página, apreender todos os títulos de relance – é o que lê em primeiro lugar –, e só depois se deter então nas peças que lhe interessam.

Os títulos têm de evitar repetições de palavras, rimas, cacofonias ou sons chocantes, cujo efeito em título é muito desagradável; e ainda chavões, lugares comuns e expressões com duplo sentido.

Igualmente, os títulos abster-se-ão de utilizar gíria, calão, ou expressões desprimorosas e chocantes, excepto quando o conteúdo informativo de tais expressões o justifique

“Bardamerda para o Estado”

da boca de um Presidente da República é uma expressão deste género de conteúdo informativo riquíssimo. De igual forma a expressão:

“Até os comemos!”

de um candidato a um cargo político de sufrágio directo, referindo-se aos seus opositores, tem indubitavelmente carácter noticioso e é de interesse público reproduzi-la.

Agora, como é evidente, quando num título se recorre a uma citação ou opinião, o autor da mesma deve ser identificado no antetítulo, sob pena de se prejudicar a credibilidade do jornal, que assumiria como seu o conteúdo de tal título.

Os títulos, como aliás os textos – embora em título o erro seja mais grave porque lhe aumenta a visibilidade – não devem generalizar raças, etnias, nacionalidades ou profissões, excepto quando tal se reporta a atitudes colectivas de tais grupos:

Espanhóis referendam  
regiões administrativas

Médicos anunciam greve de zelo

mas já não deve utilizar-se

Juiz mata mulher e amante

ou

Cigano ateou incêndio da Capinha

Por mais brilhante que seja um título, ele deve estar de acordo e em harmonia com o estilo da peça jornalística que encabeça; e ainda, adequar-se perfeitamente à secção do jornal onde vai ser inserido. “Os títulos devem reflectir o tom das peças a que se referem: serão circunspectos, frios, emotivos, optimistas, jocosos, sarcásticos, etc., consoante a forma como os redactores abordam os acontecimentos, a natureza das declarações recolhidas pelos entrevistadores e as diversas personalidades das pessoas entrevistadas. As áreas de publicação às quais se destinam os textos, representam, igualmente, referências indispensáveis a uma correcta titulação”<sup>9</sup>.

Silva Araújo acrescenta ainda aos defeitos dos títulos, os efeitos perversos e o mau gosto dos trocadilhos, dando como exemplos:

Cardeal cai no conto do vigário

Vida de bombeiro é fogo

A obrigação de nunca utilizar chavões genéricos para titular acontecimentos:

Lamentável acidente

Choque de veículos

Caso a esclarecer

E, não resisto a transcrever, o inigualável: “Títulos como:

**Da burrice do Samora  
à pulhice dos traidores**

são de evitar”<sup>10</sup>.

<sup>9</sup>Daniel Ricardo, Op. cit. p. 58.

<sup>10</sup>Silva Araújo, Op. cit., p. 109.

## 6.8 Editorial

*“Um jornal sem voz nem voto é como um homem sem juízo. Jornalismo que não se sente capaz ou não pode dar orientação nem formular critérios é um jornalismo sem uso da razão”***Luiz Beltrão**

O editorial é um texto da responsabilidade da direcção do jornal, que deverá acompanhar cada número da publicação, e que se debruça sobre os acontecimentos mais marcantes da actualidade ou dessa edição do periódico, comentando, analisando, exortando – em suma, fazendo opinião; não uma opinião qualquer, mas *a opinião do jornal*.

E é esta característica que distingue o editorial dos restantes textos de opinião do jornal – ele exprime a opinião e a cultura da empresa como um todo, ao passo que os textos de colunistas, colaboradores, e as participações dos leitores do jornal comprometem apenas quem as emite, e não a redacção como um todo. Está bem de ver que, só por isto, o editorial se constitui como a secção mais nobre do jornal, e deve ser posto cuidado extremo na sua elaboração.

Há jornais que têm mais de um editorialista, e em tais casos, para além do editorial fixo do director, as notas, comentários e textos que acompanham outras secções do jornal não são assinadas, assim se vincando o carácter colectivo de tais tomadas de posição.

Na imprensa portuguesa, regra geral, os jornais publicam apenas um editorial, da responsabilidade do director ou elementos da direcção, prevalecendo, e muito bem, a tradição de identificar o autor desses textos.

Depois de ter corrido tanta tinta sobre a separação entre notícias e opinião, é lícito perguntar: pode um jornal, tomado como entidade colectiva, ter opinião? A resposta é: não só pode, como deve absolutamente tê-la.

O jornal não serve só para relatar de forma isenta factos e acontecimentos, pode e deve pronunciar-se sobre esses factos,

tentando extrair deles o seu real significado, as relações que estabelecem com outros acontecimentos, e as consequências que poderão vir a ter na vida das pessoas – isto é atribuir-lhes uma dimensão radicalmente nova em relação ao tratamento noticioso: a dimensão de profundidade.

Os leitores esperam que o seu jornal se pronuncie, num ou mais editoriais, sobre as grandes questões que agitam o mundo, o País ou a sua aldeia, e por isso um editorialista deve assumir desassombadamente essa tarefa – emitir opiniões e orientações rigorosas e fundamentadas, de preferência num texto curto e de leitura agradável.

Não há nada mais patético que o editorial *uma no cravo, outra na ferradura*, que procura agradar a gregos e troianos, se recusa a tomar qualquer posição e, bem espremido, nada diz. Ou ainda o seu congénere, o editorial *em órbita*, aquele que já deixou há muito a órbita terrestre, e fala de tudo menos do que interessa aos leitores e ao próprio jornal.

É certo que é difícil fazer opinião, e opinião investida das responsabilidades que um editorial lhe comete ainda mais, mas ela deve absolutamente ser feita. Editoriais sistematicamente falhados descredibilizam o jornal e atraem o ridículo sobre quem os assina e sobre a própria redacção. Se um jornal não tem coragem para se pronunciar sobre o que se passa à sua volta, então não justifica as árvores abatidas por ano para que possa circular, e melhor fora que fechasse.

O editorial “tem sempre de tomar partido, pois sua finalidade é aconselhar e dirigir as opiniões dos leitores. Não se pode reservar: tem de decidir-se. O jornal está, por essência, comprometido a dizer em voz alta o que pensa. Eis porque se deve culpá-lo pelo seu silêncio (...) Está-lhe vedado dar o silêncio por resposta ao interrogatório da actualidade, ou dar uma resposta ambígua. A ambiguidade é excusa de mau pagador. Ou medo à verdade. O cepticismo da acomodação. O jogo bonito de não comprometer-se, de expor os prós e os contra, embora sem desatar o nó da dúvida, pode resultar engenhoso, mas adoece de estéril... Há jor-

nais que pelo seu afã de assepsia no critério permanecem muitas vezes em suspenso, sem saber ao que ater-se. Isto não vale; o jornal não só tem que saber sempre ao que se ater como ainda de manifestá-lo. Os editoriais insignificantes e fora de compasso são uma escamoteação à boa fé dos leitores que os lêem com ânimo de encontrar em suas linhas o caminho”<sup>11</sup>.

Piedrahita refere ainda como estratégia de muitos editorialistas, na sua aversão pelo que está próximo, o que os americanos chamaram de “afganistanismo”: “El editorialista pontifica con tranquilidad y seguridad de algo que nadie sabe. Nada pasará. Ninguna personalidad importante se dará por aludida”<sup>12</sup>.

É evidente que o jornal toma uma posição firme, e chega a conclusões fundamentadas que corroboram essa tomada de posição, mas essa firmeza deve ser adocada com o mais intenso respeito pelos leitores. Tal como na notícia, o editorialista sabe que o leitor acabará por chegar às suas próprias conclusões, concordando ou não com ele, e deve sempre atender a esse aspecto: são por isso totalmente desadequados os editoriais dogmáticos, arrogantes, ou ainda os que de alguma forma insultam os leitores. Como em tudo, a justa medida basta.

A realização de um editorial coloca ainda questões éticas, por vezes delicadas, do ponto de vista de quem o redige. Afinal, que opinião pode um jornal ter? Todas as que não violem os princípios contidos no seu estatuto editorial e que inspiram diariamente o trabalho da redacção. Também, devido às especificidades deste tipo de texto, não pode, ao contrário do simples artigo de opinião, radicalizar demasiado as questões, evitando servir-se de muitos dos artifícios retóricos que tais textos utilizam para dar força e vigor às suas prosas.

Por outro lado, o editorialista, quando escreve, sabe muito bem que não pode, ao contrário do cronista, dar largas a todas

<sup>11</sup>In **Beltrão**, Luiz, 1980, *Jornalismo Opinativo*, Ed. Sulina, Porto Alegre, Brasil, p. 60..

<sup>12</sup>**Piedrahita**, Manuel, 1993, *Periodismo Moderno – Historia, Perspectivas y Tendencias*, Editorial Paraninfo, Madrid, p. 60.

as suas opiniões: só algumas serão aceitáveis do ponto de vista daquilo que um editorial deve ser, e ele respeitará escrupulosamente esses limites. Por exemplo, pode um editorialista ter opiniões muito sólidas, e radicais, sobre o que deveria ter sucedido aos antigos funcionários da PIDE/DGS após o 25 de Abril, mas deverá ter bom senso e presença de espírito suficientes para perceber que não pode comprometer todo um projecto editorial com tais opiniões. Neste sentido, ele produzirá um texto adequado aos valores que o jornal defende – e que, neste caso concreto, são bem mais tolerantes que os seus.

Outra questão pertinente, e já aqui aflorada, é *o que escrever?* Manuel Piedrahita insurge-se contra o editorial fósil, o texto rebuscado cujo tema interessa ao próprio e mais dois. A este respeito, Santo Agostinho conta uma anedota esclarecedora: “Catão, tendo sido consultado por um certo homem que desejava conhecer o significado de os ratos lhe terem roído as polainas, respondeu: isso nada tem de extraordinário; portentoso fora que as polainas tivessem roído os ratos”<sup>13</sup>.

E é essencialmente isto que um editorial faz: procura estabelecer de forma esclarecida o significado dos acontecimentos, mas não quaisquer uns. Aqui voltam a cruzar-se as componentes subjectivas da selecção da notícia: deverá debruçar-se sobre acontecimentos pertinentes, prenes de consequências, com interesse inequívoco para a maioria dos leitores. O editorial saberá tomar o pulso da opinião já formada, contradizê-la se for caso disso; mas ainda aperceber-se da opinião que se está formando, do clima cultural e expectativas que o seu público vive, e aí, nesse caldo de ideias ainda em formação, intervir com lucidez, inteligência e rigor.

Quanto aos temas eles deverão ser de interesse geral, estar próximos do coração ou preocupações do público; deverão ser assuntos que o editorialista domine bem, e sobre os quais possa

---

<sup>13</sup>Santo **Agostinho**, *De doctrina christiana*, Obras Completas de Santo Agostinho, vol. XV, BAC – Biblioteca de Autores Cristianos, La Editorial Catolica, Madrid, p. 129.

emitir com sinceridade e convicção as opiniões que serão a opinião de todo o jornal.

Ao texto propriamente dito, aplicam-se-lhe as mesmas regras que regem qualquer artigo de opinião: deverá ser claro, incisivo, vigoroso e assertivo. Em princípio deverá ater-se a um único tema, ou uma única tese, expondo-o na abertura, argumentando no corpo do texto, e concluindo, de forma lógica e necessária, pela posição inicialmente adoptada.

É de extrema importância o rigor da argumentação, a clareza das deduções, a lucidez da análise e a justeza das conclusões. Falhas nestes aspectos são imperdoáveis num texto de tanta responsabilidade.

Todos os jornalistas sabem que o tamanho não é proporcional à importância. O editorial deve ser um texto relativamente curto, deverá ocupar sempre sensivelmente o mesmo espaço, e ser escrito com graça, ritmo e vivacidade, utilizando um vocabulário rico e variado que não abuse das frases longas. O editorial não pode ser entediante, aborrecendo de morte os seus leitores; nem pedante, tratando-os como retardados aos quais, do cimo da cátedra, é preciso ensinar coisas tão óbvias como apertar os cordões dos sapatos.

Luiz Beltrão<sup>14</sup> divide os editoriais, quanto à topicalidade, em *preventivo*, que se antecipa à realidade, avaliando situações ainda esboçadas e concluindo as consequências; *de acção*, que acompanha uma ocorrência analisando as suas causas e desenvolvimento no preciso momento em que sucedem; e *de consequência*, quando se debruça, dedutivamente, sobre as repercussões e consequências de um facto.

Já quanto ao conteúdo, considera que o editorial pode ser *informativo*, esclarecendo o leitor sobre factos ou situações e explicando aspectos que apenas ficaram implícitos na notícia; *normativo*, que intenta convencer e exortar o leitor a assumir um determinado rumo de acção; e *ilustrativo*, o que procura aumentar a

---

<sup>14</sup>*Ibidem*, p. 58 e ss.

instrução dos leitores, chamando a atenção para questões do quotidiano que costumam passar despercebidas.

No que toca ao estilo, podemos estar perante um editorial *intellectual* quando este apela à razão dos seus leitores, convidando-os a raciocinar e a seguirem uma determinada linha de argumentação; e *emocional*, quando apela à sensibilidade do leitor, procurando tocar os seus instintos, crenças e sentimentos mais arreigados, de uma forma emotiva e não totalmente racional.

## 6.9 Reportagem

A reportagem é o género jornalístico mais nobre, havendo até quem o considere sublime e literariamente privilegiado. Tal como na notícia, o propósito da reportagem é informar os seus leitores sobre algum tipo de acontecimento – a diferença é que a reportagem adopta uma estrutura diferenciada da notícia, procurando tratar o assunto exaustivamente, segundo o ponto de vista adoptado, e em profundidade.

Neste género de texto, o jornalista investe habitualmente muito mais tempo e recursos que na realização de uma simples notícia. Como se trata de reproduzir um assunto em profundidade, ele deverá ser cuidadosamente investigado, sendo objecto de cuidados diferenciados na apresentação.

A reportagem já não é uma notícia do tipo *hard news* mas uma prosa de grande fôlego que conta uma história com o máximo de pormenores possíveis, incluindo muitas notas de cor local, procurando levar os leitores o mais próximo possível do acontecimento, como se eles próprios o pudessem estar também a viver.

É evidente que pelas suas características as reportagens pedem títulos apelativos, *leads* retardados, e não se conformam à técnica da pirâmide invertida; antes são possíveis vários tipos de construção, entre os quais se contam a pirâmide normal, o encadeamento de pirâmides invertidas ou, até, pirâmide nenhuma. Tudo dependerá do talento e inspiração de quem a redige.

A reportagem supõe sempre a recolha de informação *in loco* por parte do jornalista – não se fazem reportagens pelo telefone –, permanece presa aos factos e não admite nem a intromissão da opinião de quem escreve<sup>15</sup>, nem que o jornalista se tome de liberdades poéticas relativamente aos acontecimentos.

Pelas suas características a reportagem é um trabalho normalmente preparado com certa antecedência nas redacções. É durante esta fase de preparação que o jornalista decide, em conjunto com editores e chefias, o tema do trabalho, o ângulo de abordagem a utilizar, e ainda os passos que deverão ser seguidos durante a realização do trabalho de campo. Significa isto que a reportagem já está praticamente fechada ainda antes do jornalista pôr o pé fora da Redacção? É evidente que não. A observação directa e a recolha de dados desempenham um papel fundamental na execução da reportagem, e são estes que ditarão essencialmente o seu carácter.

Por outro lado, ideias claras àcerca do tema e do ângulo de abordagem não significam de modo algum que o jornalista quando sai em reportagem se prive da frescura do olhar fenomenológico. Pelo contrário, por mais difícil que isso possa parecer, os dois aspectos deverão ser conjugados: ângulo pré-definido e saber olhar para tudo como se tudo fosse novo, como se fosse a primeira vez que tais coisas são olhadas. Em caso de conflito insanável entre as previsões e o real, este último aspecto toma sempre a dianteira dos acontecimentos, sendo que o ângulo de abordagem do

---

<sup>15</sup>É extraordinariamente discutível, este ponto. Muito mais que na notícia, na reportagem podem ser perfeitamente sensíveis opiniões e valorações de fundo do jornalista, especialmente na forma como constrói a descrição das personagens ou descreve o local onde decorrem os acontecimentos. No interior da própria reportagem há-as mais e menos opinativas, mas este é sem dúvida o género onde todas as dificuldades objectividade *versus* subjectividade se tornam sensíveis. Pode ainda assim utilizar-se o primeiro destes conceitos no sentido em que a reportagem permanece presa aos acontecimentos e ambientes que a motivaram, o que não sucede na fábula, novela ou conto. Isto é, há respeitar os factos, e há violentá-los, levando-os a dizer aquilo que, claramente, não dizem.

trabalho deverá, muito simplesmente, ser alterado em função dos novos dados.

Daniel Ricardo deixa alguns conselhos preciosos ao jornalista que se encontra a recolher informação para uma reportagem. “Tente interessar-se, tão profundamente quanto possível, pelo tema da reportagem. Não receie embrenhar-se na história. Se for caso disso, meta-se na pele dos protagonistas, para compreender as razões que os levam a agir de uma forma e não de outra, a emocionar-se, a sentir necessidade de esconder ou, pelo contrário, explicar os seus actos. Mas não se deixe enredar pelos acontecimentos ao ponto de confundir a realidade com a fantasia. Nem tome partido. E recuse o maniqueísmo. Registe, com fidelidade, as declarações de quem entrevistar, e ao tomar notas, esforce-se por reproduzir, objectivamente, os factos que presenciou”<sup>16</sup>.

## 6.10 Fotojornalismo

As fotografias que acompanham os textos de um jornal são de importância extrema – estudos realizados sobre esta matéria provam que, depois dos títulos e antetítulos, as fotos e respectivas legendas são a segunda coisa a que a esmagadora maioria dos leitores atentam no jornal.

Além de cumprirem propósitos estéticos, como embelezar as páginas, cortar a monotonia dos extensos blocos de texto, afirman-

do-se pela sua qualidade e beleza intrínseca, as fotografias devem ser jornalisticamente relevantes, isto é, estarem relacionadas com o acontecimento que ilustram, provando-o, comentando-o, ou revelando perspectivas novas àcerca dele.

Uma boa foto fala por si (“vale mil palavras” – como é lugar comum dizer-se). Confirma, comprova, verifica os dados apre-

<sup>16</sup>In Daniel **Ricardo**, op.cit., p. 46.

sentados na notícia; e, se bem conseguida, deverá ser um objecto com valor estético autónomo.

Daqui se depreende que a reportagem fotográfica é uma missão altamente especializada: exige apurados conhecimentos técnicos: focagem, enquadramento, medições de luz, velocidade de obturação – decisões que têm de ser tomadas num piscar de olhos; e ainda um elevado sentido jornalístico: escolher a melhor imagem possível para ilustrar um acontecimento.

A fotografia jornalística não é uma chapa que se insere no jornal para ocupar espaço; prima pela oportunidade e saberá captar o acontecimento que ilustra de forma nítida e expressiva. O repórter fotográfico como que borboleteia à volta do acontecimento, captando imagens vívidas e reais do mesmo. Tal significa, entre outras coisas, que não fará – como nos álbuns de família ou casamentos – fotos de pose; nem pedirá aos entrevistados que deixem de falar ou fazer o que quer que estejam a fazer para serem fotografados, porque isso elimina de imediato a espontaneidade e expressividade que deve pautar o seu trabalho.

Por todas estas razões a reportagem fotográfica é de vital importância no jornal, e o fotógrafo um jornalista com carteira profissional que se dedica a uma tarefa altamente especializada, que exige talento e dedicação, e não um bate chapas. Não basta carregar num botão para produzir uma reportagem fotográfica: há que ter conhecimentos técnicos, sensibilidade e formação intelectual para fazê-lo.

Regra geral o repórter fotográfico, depois de executados os serviços do dia, procede à revelação das suas próprias fotos no laboratório fotográfico para esse efeito instalado na redacção, selecciona as melhores e entrega-as ao editor ou jornalista competente na matéria. Isto aplicava-se a todos os trabalhos fotográficos produzidos no jornal, exceptuando-se por vezes as fotografias a cor, que poderiam ser reveladas em laboratórios exteriores à empresa – já que esse trabalho não é, como no caso do preto e branco, manual.

Agora, bem recentemente, uma nova modalidade de fotografia

fez a sua aparição no mercado: a foto digital, que tende, se bem que não em exclusivo, a ser cada vez mais utilizada. As vantagens são imensas: dispensa-se o complexo processo de revelação e impressão, poupando muito tempo; e é possível – em Portugal já há jornais que o praticam – enviar imagens de um acontecimento para a redacção ainda durante o decurso do mesmo da forma mais simples: através de um computador portátil ligado a um telemóvel.

A fotografia digital também veio revolucionar o trabalho dos correspondentes do jornal, permitindo o envio através de *e-mail* das fotos produzidas, e dispensando o complicado e moroso esquema das tarifas, que era a forma tradicional de fazer chegar imagens – rolos ou fotos – ao jornal.

Mas nem tudo são vantagens, como reconhecem os profissionais do ramo. As máquinas fotográficas digitais ainda são menos sofisticadas que as tradicionais, e ainda estão bem longe de oferecer o potencial de uma máquina tradicional em lentes, possibilidades e efeitos relativamente ao produto final.

Neste sentido, são limitadoras do conteúdo e qualidade do produto apresentado – há preciosismos que pura e simplesmente ainda não podem ser feitos com uma máquina digital. Mas é quase certo que a evolução tecnológica venha a suprir estas – por ora – desvantagens da câmara digital, e não faltam indicadores nesse sentido. A mítica marca que máquinas fotográficas *Leica* acaba de dar um sinal inequívoco disso mesmo, lançando no mercado a sua primeira câmara digital. Indício de que, mesmo apresentando uma qualidade mais reduzida, a indústria já percebeu que nesta corrida ainda a procissão vai no adro.

Uma palavra ainda sobre a paginação das fotografias: apesar da total liberdade de que os editores devem gozar na colocação das fotos numa página – tentando simplesmente não desperdiçar o potencial de uma boa imagem, e produzir páginas visualmente atraentes – uma regra deve ser seguida: as fotografias, em relação ao espaço delimitado do jornal, não devem ser colocada de forma a que os seus elementos pareçam estar a cair da página.

Significa, muito simplesmente, que a foto não pode ter pessoas ou coisas a olharem ou dirigirem-se para fora da página – como se estivessem ansiosos por fugir dela, prontos a saltar a qualquer momento. A foto poderá ser delimitada por uma coluna de texto, ou voltada para o corpo de peça, como forma de evitar este defeito. Há muitas fotografias, que pela página onde vão ser colocadas, e pela paginação escolhida, provocam inevitavelmente este efeito. Quando tal ocorra, depois de digitalizada, a foto deverá muito simplesmente ser invertida.

## 6.11 A legenda

As legendas são pequeníssimos textos, normalmente apenas uma frase, colocados na base inferior da fotografia; à qual fazem referência, ilustrando, explicando ou simplesmente chamando a atenção para os aspectos mais interessantes da imagem. O carácter da legenda é eminentemente informativo, ou deverá conter traços disso. Ela comenta e contextualiza determinado objecto gráfico, fornecendo precisões que, por vezes, é impossível à imagem comunicar por si só.

*“Depois de oito horas de negociação ininterrupta, Guterres encontrava-se visivelmente cansado”.* A foto que acompanha tal legenda mostra de facto um Guterres com olheiras, e visivelmente abalado pelo cansaço. Agora o que a foto não mostra, e aos leitores seria impossível descobri-lo de outra forma que não através da legenda, é que Guterres, às 19 horas de um determinado dia, estava cansado depois de oito horas de trabalho seguido. A mesma imagem poderia ter sido captada durante o mesmo acontecimento, mas às nove horas da manhã, antes do início dos trabalhos, apresentando um Guterres igualmente cansado e olheirento devido a uma noitada numa discoteca local.

Por isso as legendas fazem justiça aos acontecimentos e imagens, explicando-os, contextualizando-os, e ajudando o leitor a

descobrir o real significado da imagem, significado esse que, de outra forma, lhe poderia passar despercebido.

Nada é absolutamente óbvio, por mais que assim nos possa parecer. Neste sentido, no *Urbi et Orbi*, mesmo uma fotografia do reitor Santos Silva, personagem sobejamente conhecida da maioria dos leitores, que integram a comunidade académica que a UBI é, deverá ser legendada. É que um jornal chega a sítios que aqueles que o produzem jamais poderão prever, é lido, perto ou longe, por pessoas com as mais diversas formações e interesses; e muitos desses, encontrando tal foto sem legenda, interrogar-se-iam justamente: “Mas afinal quem é este senhor?”

Poderá argumentar-se que as legendas são, por vezes, desnecessárias ou redundantes, porque as peças, o corpo do texto, ilustram perfeitamente aquilo de que a foto *fala*, mas nem este argumento colhe. Ainda que tal suceda, nem todos os leitores irão de facto ler a peça. Muitos ficam pelos títulos e imagens, saltando imediatamente para o texto seguinte. Por isso a foto e respectiva legenda deverão sempre funcionar como uma unidade significativa autónoma; que pode depois ser associada ao texto que acompanha.

Exceptuam-se, na legendagem, as fotografias da primeira página, que são acompanhadas de pequenos textos funcionando eles próprios como legendas; e as fotos de colunistas e cronistas de opinião, que em todos os números acompanham os seus escritos. Todas as outras deverão ser legendadas.

## 6.12 *Fait-divers*

Como o próprio nome indica, *fait-divers* são pequenas notícias de temática muito diversificada que relatam aspectos curiosos do quotidiano. Incluem-se nesta categoria os roubos, os acidentes, as coincidências, os casos de polícia, e, regra geral, todo o facto suficientemente curioso, ou pela sua originalidade ou pelas coincidências que envolve, susceptível de gerar uma notícia.

O *fait-divers*, embora retenha traços informativos e uma ligação estreita com o real, não é propriamente uma notícia. Os factos descritos são-no por serem aberrantes, extraordinários, curiosos, exemplares, e não pelo seu carácter estritamente informativo. O *fait-divers* é a pequena notícia de interesse humano exemplar que apela ao lado *voyeur* e um pouco mórbido de todos os leitores.

Temos pois que o *fait-divers* é o pequeno facto curioso que funciona como uma unidade fechada e praticamente se basta a si próprio. O interesse destas pequenas notícias encontra-se muito mais ligado ao seu aspecto exemplar e arquetípico, que propriamente ao facto de terem ocorrido ao Sr. B às tantas horas de determinado dia.

O que caracteriza assim os *fait-divers* é a originalidade, enquanto a sua inserção no jornal serve fundamentalmente para distrair e desanuviar os leitores. “De uma maneira geral, considera-se que se caracterizam pela originalidade os factos raros, insólitos, extravagantes ou, simplesmente, burlescos. São os chamados *fait-divers*, a partir dos quais se elaboram as notícias de distracção”.<sup>17</sup>

## 6.13 Opinião

A opinião é um texto no qual o seu autor exprime pontos de vista subjectivos relativamente a assuntos que, por qualquer razão, despertaram o seu interesse. A amplitude dos estilos e temáticas ao fazer opinião varia muito, podendo ir desde o texto leve e bem humorado sobre os costumes, ou a falta deles, até à análise dura e rigorosa de acontecimentos, relacionando factos aparentemente díspares e deles retirando deduções e conclusões.

Tanto no estilo mais ligeiro como no mais lógico e silogístico o objectivo de quem faz opinião continua a ser o mesmo: afirmar determinadas posições pessoais, aduzindo argumentos a esse favor; e levar os outros a aderirem a tais teses ou conclusões.

A opinião distingue-se muito claramente da notícia porque

<sup>17</sup>In Daniel Ricardo, op. cit. p. 14.

não serve para fornecer informações novas, ou dar notícias. O seu objectivo é lançar o debate, e esclarecer o público. Por outro lado, através da utilização das capacidades de análise do opinante, muitas vezes tais textos procuram chamar a atenção para determinados aspectos das notícias que tendem a passar despercebidos, e que não podem, pela sua natureza, ser tratados na própria notícia.

Os textos de opinião são pessoais e inteiramente subjectivos, mas também trazem em si uma pretensão de validade se não universal, pelo menos intersubjectivamente alargada. Quem escreve opinião está ciente da parcialidade das suas posições, mas simultaneamente, admite e deseja que estas sejam partilhadas e adoptadas por um grande número de receptores dessa opinião – é esse o sentido da argumentação: converter, convencer, arregimentar.

Quase não há regras para escrever um bom texto de opinião, e já vimos que quer quanto à forma quer quanto à temática os textos podem variar muitíssimo. Uma coisa porém convém ter em mente: quem a escreve deve ter algo importante para dizer aos leitores do jornal, e não deve contentar-se com grafar um *chouriço* por esse ser, de todos, o género mais fácil de manipular e falsificar, ao prescindir de investigação e entrevista. De resto as opiniões valem o que vale quem as enuncia, e os critérios editoriais da publicação deverão, evidentemente, ter isso em conta.

## 6.14 Crónica

A crónica é um género que é habitual amalgamar ou confundir com a opinião. As razões são várias, sendo que a mais importante é que cronistas e *opinion makers* praticam por vezes indistintamente as duas modalidades, em rubricas que recebem sempre o mesmo nome. Por outro lado, textos há que estão no limite entre um e outro género, e são eles próprios difíceis de classificar.

Regra geral a crónica é um texto que, fazendo apelo à imaginação e às potencialidades estéticas da linguagem, conta uma história ou debruça-se sobre factos curiosos do quotidiano. Já não

é um texto que obedeça a um rigoroso encadeamento lógico, nem tem propósitos proselitistas – as crónicas só muito raramente exprimem opiniões ou têm por fim convencer um auditório. São normalmente textos de leitura leve e agradável, sem pretensões a grandes consequências políticas.

Outra diferença fundamental entre opinião e crónica é que ao passo que a primeira utiliza sempre dados solidamente ancorados no real – pois visa informar, embora não *ex novo*, e convencer – a crónica apenas toma o real como pretexto, permitindo-se liberdades poéticas, criadora e imaginativas que não são toleradas em nenhum outro género.

Praticamente não há regras para realizar uma crónica, e todavia um bom leitor reconhece imediatamente a presença de uma boa crónica: ela prende-o, propõe, sugere, diverte e é fonte de prazer e estímulo intelectual.

## 6.15 Entrevista

A entrevista é o género básico de toda a *praxis* jornalística. Em sentido lato, entrevista denomina todos os contactos com uma fonte que são efectuados pelo jornalista durante o processo de recolha de informações. Significa isto que é a entrevista que fornece a matéria prima – os dados e informações – para quase todos os géneros jornalísticos: da notícia à legenda, ou opinião ou reportagem.

Mas entrevista pode também ser entendida num sentido técnico mais restrito, quando designa o género jornalístico autónomo conhecido como *entrevista pergunta-resposta*. Tratam-se das grandes entrevistas de fundo a uma personagem que são publicadas no jornal em forma de pergunta-resposta, ao invés de sofrerem uma composição ou arranjo, como sucede na notícia ou reportagem.

Regra geral, para este tipo de trabalho, em que há a preocupação de ser minuciosamente fiel, o entrevistador socorre-se não apenas do seu bloco de notas, mas também de um gravador. Por

outro lado, a própria entrevista foi cuidadosamente preparada com a antecedência devida, já que neste género as questões a colocar ao entrevistado têm de ser certeiras e pertinentes, e se o não forem, tais falhas, na passagem à forma escrita, tornar-se-ão evidentes aos olhos de todos os leitores.

O número de vezes que o jornal recorre a este género jornalístico depende do seu tipo de público, do estilo da publicação e da sua área de influência. Todavia a entrevista pergunta-resposta deve ser utilizada com parcimónia e só se justifica quando o tema abordado, ou o perfil da personagem entrevistada, fazem parte dos interesses e preocupações já estabelecidas dos leitores. Isto é, trata-se de um recurso de que convém não abusar, que só deverá ser utilizado quando for, por uma razão ou outra, verdadeiramente oportuno. Quando não o resultado são duas ou mais páginas sem graça, cheias de densa prosa em que nenhum leitor se atreveria a tocar.

A entrevista de pergunta-resposta deverá ser acompanhada por um *lead*, que pode explicar a oportunidade do trabalho, ou aspectos mais marcantes da própria entrevista; e ainda fornecer uma nota do tom e cor locais, fazendo referência ao ambiente e ao estado de espírito dos participantes enquanto decorria o trabalho.

## 6.16 Fotolegenda

É discutível se a fotolegenda constitui propriamente um género, ou se é simplesmente o resultado do amalgamar de todas as técnicas anteriores, com especial ênfase para as utilizadas na crónica e *fait-divers*.

Por fotolegenda entende-se aqui uma fotografia, sem título, comentada por um pequeno texto que se lhe segue imediatamente, e que não constitui uma notícia no sentido estrito do termo. Trata-se, normalmente, de aproveitar a felicidade de um apontamento fotográfico, destacando esse elemento ao publicá-lo separadamente acompanhado de um comentário.

Muitas podem ser as motivações e o teor das fotolegendas. Consoante o material em apreço produzem-se textos sérios, comentados, ternos, rigorosos, exortativos, humorísticos, irónicos, surpreendidos... Sendo que o género que se tem vindo a tornar mais comum na imprensa portuguesa é o que dela se serve para chamar a atenção para um facto ou acontecimento pouco natural, exortando os responsáveis a procurarem-lhe uma solução: o semáforo avariado, o buraco na estrada, as obras com falta de segurança... ou ainda o tipo de notícia que serve de pequeno agrado ao herói local: o padre que trabalha na recuperação de toxicodependentes, o homem que tem 35 filhos, o bombeiro que salvou uma criança da casa em chamas. Enfim, os temas e os motivos da fotolegenda são infinitos, sendo este um género que pelo seu aspecto gráfico, ligeireza e concisão quebra a monotonia das extensas notícias atraindo sempre um elevado número de leitores.

# Capítulo 7

## A recolha de informação

### 7.1 As fontes

Por fonte de informação entende-se qualquer entidade detentora de dados que sejam susceptíveis de gerar uma notícia<sup>1</sup>. A internet, uma base de dados, o Instituto Nacional de Estatística, o carteiro ou um polícia de giro são fontes de informação. Habitualmente, dividem-se as fontes de informação pela relação que estabelecem com o jornal: internas ou externas; ou em relação ao seu próprio estatuto: oficiais ou oficiosas; e ainda em relação às suas características: humanas ou documentais.

Nenhum jornal sobrevive sem fontes, e o perfil destas varia consoante a natureza e a área de implantação da publicação. “No mais pequeno povoado ou aldeia há sempre dois lugares que são as melhores fontes de notícias: a taberna e a barbearia, ótimos locais de propagação das novidades da vizinhança<sup>2</sup>. Nas cidades e

---

<sup>1</sup>Fonte de informação é um local onde habitualmente se produzem ou se concentram informações de interesse geral”, in **Cardet**, Ricardo, sd, *Manual de Jornalismo*, col. Nosso Mundo, Editorial Caminho, Lisboa, p. 32.

<sup>2</sup>Além destas, nas aldeias portuguesas existem ainda os utilísimos postos públicos da Portugal Telecom – que podem coincidir com a mercearia, o café, ou ser uma casa particular. Nunca ninguém está mais bem informado do que se passa na aldeia que o responsável pelo posto público, além de que sabem o nº de telefone de todos os restantes habitantes da aldeia.

capitais as fontes de notícias de mais variada informação são, por exemplo, os partidos, as organizações populares, os ministérios, os hospitais, os bombeiros, as fábricas, as organizações sindicais, os aeroportos, etc.”<sup>3</sup>.

Nuno Crato propõe uma excelente tipologia das fontes, dividindo-as entre fontes *internas* e *externas* à publicação. Por fontes internas entende em primeiro lugar os *jornalistas* da publicação, que através da investigação e da observação directa, quando escrevem, se transformam eles próprios em fontes. O *arquivo* ou centro de documentação do jornal constitui igualmente uma fonte de informação de importância primordial, permitindo contextualizar acontecimentos, e mesmo dotar alguns deles de um sentido que, isoladamente, não teriam. Por último, são fontes internas as *delegações* e *correspondentes* que a maioria dos jornais possuem em localidades importantes relativamente afastadas da sede, ou mesmo, dependendo da dimensão do órgão, no estrangeiro.

A delegação é como que uma sucursal do jornal, dispõe de sede e equipamento próprio e os jornalistas que nela trabalham fazem-no a tempo inteiro e têm um vínculo contratual sólido com a empresa. Os correspondentes são normalmente *free-lancers* que podem trabalhar para uma ou mais publicações, não dispõem de instalações pertencentes ao jornal na cidade onde habitam, podem ou não ser profissionais, e só muito raramente pertencerão aos quadros da empresa.

Nas fontes externas ao jornal, Crato lista em primeiro lugar as restantes empresas informativas: agências e outros órgãos de comunicação social. As *agências* são empresas especializadas na produção de notícias e imagens que depois vendem aos seus clientes, dos quais os mais importantes são outros meios de informação: rádios, jornais, televisões.

De um órgão de comunicação social a agência retém sobretudo a redacção e a forma de produzir as notícias – embora o ritmo de agência seja mais acelerado do que qualquer outro –;

<sup>3</sup>Cardet, Ricardo, op. cit., p. 32.

simplesmente, o produto noticioso que fabricam nunca chega a ser apresentado ao público autonomamente, é-o, sempre, através dos clientes da empresa, que são livres de tratar a informação recebida como muito bem entenderem, investigando-a em profundidade ou publicando-a como produto acabado.

Como fonte, as agências são de importância fulcral para a vida de uma redacção – quer pelas informações que aí fazem chegar, e que são publicadas *tout court*, quer pelas pistas e auxílio que prestam na confecção de uma Agenda rica e equilibrada.

Também os *outros media* se constituem como fontes de informação através das notícias que publicam. Nenhuma redacção que se preze deixará de fazer, através da Secretaria, escuta de rádio, noticiários televisivos, e leitura dos restantes jornais. Daqui os secretários de redacção tiram ideias para novos trabalhos, notícias e reportagens, e asseguram que nenhuma informação vital é perdida pela publicação. Sempre que a importância de um assunto noticiado noutra órgão o justifica, os jornalistas serão chamados a tratá-lo.

Fontes externas são também as *entidades oficiais* – Assembleia da República, ministérios, juntas de freguesia, câmaras municipais, forças policiais – que se constituem como fontes quer porque produzem de facto imensa informação, sob a forma de *press releases* ou outra, que enviam para as redacções; quer porque nesses locais se sucedem acontecimentos potencialmente noticiáveis – caso das sessões de Câmara, Assembleias Municipais, votações na Assembleia da República; e que os jornalistas costumam acompanhar de perto.

As fontes *não oficiais* são as colectividades, sindicatos, empresas, associações, clubes desportivos... em suma, todas as instituições não estatais que contribuem para a vida social e cultural do País. Também as entidades não oficiais produzem um número apreciável de notícias, ou acontecimentos, que desejam ver divulgadas pelos *media* e que normalmente mantém ocupados muitos jornalistas.

Os *contactos pessoais* do jornalista, as suas fontes privadas

cuja confiança ele conquistou ao longo do tempo; e o *público em geral*, através de cartas, alertas, e telefonemas muitas vezes anónimos, contribuem também para o cabedal de informações diárias do jornal.

Nas empresas que produzem material informativo diário uma fonte indispensável é a muito temida *volta*. A volta é uma lista de números de telefone, que pode facilmente chegar perto das duas centenas, e que contém os contactos de hospitais, corporações de bombeiros, aeroportos e forças policiais – PSP, Brigada de Trânsito, Guarda Fiscal, GNR e Polícia Judiciária – da região onde o jornal está implantado. A tarefa de quem faz a volta é ligar, três vezes por dia – manhã, princípio e final da tarde – para esses números, e indagar se há novidades. É na *volta* que se *apanham* a grande maioria dos casos do dia: apreensões, incêndios, acidentes de viação, intoxicações alimentares, rixas... e este trabalho, humilde e pouco criativo, fica normalmente a cargo da secretaria de redacção, ou dos jornalistas mais jovens.

A selecção e o acesso às fontes é de uma importância fundamental para qualquer publicação. Como Daniel Ricardo explica, de forma lapidar: “O método fundamental de investigação em jornalismo consiste em **perguntar**”<sup>4</sup>, as coisas certas às pessoas certas. Para produzir trabalhos de qualidade e jornalisticamente relevantes é essencial saber como e que fontes localizar, escolhendo-as criteriosamente em função do trabalho que se tem para realizar.

Uma boa fonte deve ser, entre outras coisas, competente e qualificada para se pronunciar àcerca do assunto sobre que é convidada a falar. Quem aquilata da competência, qualificação e relevância de uma fonte é sempre o jornalista, e este sabe que não pode falhar sistematicamente na sua identificação. Um catedrático de Filosofia Medieval é uma fonte qualificada para falar da vida e percurso intelectual de Santo António de Lisboa; mas não o é para se pronunciar sobre pormenores técnicos do desabamento de um muro na igreja com o mesmo nome. É claro que pode even-

<sup>4</sup>Daniel Ricardo, op. cit., p. 33.

tualmente fornecer opiniões bem interessantes, mas a sua competência no assunto é idêntica à de qualquer transeunte.

Aspecto importante a ter em conta quando se fala de fontes é que, à medida que a importância e relevância social dos *media* foi crescendo, começaram a surgir fontes “profissionais”, especializadas em lidar com jornalistas. É o caso dos profissionais de relações públicas, bem assim como dos assessores de imprensa – uns e outros muitas vezes recrutados entre ex-jornalistas experientes – os quais tudo farão para, ao constituírem-se como fontes, passarem através dos *media* determinadas mensagens.

Se é certo que estes profissionais jogam quase sempre com os interesses do jornalista, o trabalho que desempenham é fundamental para as redacções. Não podem é estas fontes oficiais serem tomadas como únicas em assuntos que envolvam desfavoravelmente as pessoas ou instituições de que estão a soldo – nesses casos o seu objectivo é sempre filtrar e de alguma forma manipular a informação difundida. Agora, o jornalista sabe-o, e deverá saber igualmente muito bem como se defender disso. Além do mais, deve ter em mente que nenhuma fonte, profissional ou não, é absolutamente desinteressada. Todas falam a partir de um determinado lugar, que determina o seu ponto de vista, e podem ser movidas pelas mais diversas motivações. É excelente, em quaisquer circunstâncias, ter presente que nunca as fontes são desinteressadas, mesmo as não profissionais – os seus motivos podem ser os mais variados: políticos, pessoais, profissionais, auto-promoção, conquista de benefícios directos ou indirectos (nos casos de realojamentos, protestos em concursos públicos ou atribuição de subsídios...), ou ainda, pura e simplesmente, vaidade.

Se este aspecto é natural, e profundamente humano – também o jornalista quando procura as fontes tem interesses e motivações que podem variar – ele recomenda alguma prudência ao lidar com as fontes. Nem se defende aqui a versão cínica – tudo se resumiria a uma troca de interesses que se materializam na forma de informações e notícias. Há pessoas, e jornalistas, genuinamente animados de boas intenções, como sejam informar competentemente

e com verdade, e cumprir escrupulosamente as regras básicas da deontologia e escrita jornalísticas. No entanto, e mesmo sem intenção directa de manipular (embora muitas vezes este aspecto também esteja presente), muitas fontes, pelo lugar que ocupam relativamente ao acontecimento que se quer noticiar, tendem a produzir, intencionalmente ou não, versões parciais do mesmo. O jornalista atento saberá constituir uma *topologia das fontes*, isto é, avaliar friamente a posição a partir da qual estas dão informações, aquilatando o seu peso e real valor.

E é por esta razão que em todos os assuntos que envolvam questões sociais, desacordos ou controvérsia o jornalista não se pode limitar aos dados fornecidos por uma única fonte. Pelo contrário, deve ouvir o máximo de pessoas envolvidas no caso, o que o ajudará a relativizar os primeiros dados recebidos, reproduzindo o máximo possível de informações que conseguiu obter acerca do caso.

Um motorista de táxi atropelou uma criança de seis anos porque seguia em excesso de velocidade, diz um vizinho? Essa informação precisa necessariamente de ser confirmada, falando com mais testemunhas, com o próprio condutor, e ainda com a polícia, que no auto do acidente, e pelas marcas de travagem no pavimento, já deve ter uma ideia razoável do que se passou. É evidente que se a vítima estiver em condições de ser ouvida, também deverá sê-lo: pode muito bem dar-se o caso de que a criança, que não devia andar a brincar na rua sem vigilância, se tenha literalmente atirado para debaixo do carro quando perseguia uma bola... e que a família, em choque, se recuse a admiti-lo. Muito importante, também, é que este trabalho de confirmação de dados deve ser realizado com tacto e sensibilidade, para não perturbar injustamente as pessoas na sua dor.

Outro caso paradigmático, e recorrente em Portugal, são as greves. Nenhum jornal pode nunca acreditar e publicar somente uma versão dos números de adesão de trabalhadores a uma greve, simplesmente porque os dados fornecidos pelos sindicatos nunca coincidem com os que são apurados pelas entidades patronais –

e às vezes o desvio é uma diferença abissal. É possível a um jornalista confirmar os números da adesão a uma greve dos trabalhadores da Função Pública? Evidentemente que não. Para começar, nem o próprio Estado Português tem exactamente a certeza de quantas pessoas estão ao seu serviço. O que deve pois fazer é publicar os dados fornecidos por uma e outra parte da querela.

Depois há uma outra classe de informações que é inútil confirmar, simplesmente porque são oficiais. A Macintosh lançou um novo portátil e divulga as suas características num folheto? Os Serviços Académicos da UBI emitem um comunicado alargando o prazo de pagamento das propinas? Nestes casos – e a não ser que houvesse razões fundamentadas para suspeitar da autenticidade dos documentos –, nada há a confirmar, e é ridículo fazê-lo. O jornalista pode é tentar obter reacções ao que é anunciado, falando com alunos, professores e Associação de Estudantes, por exemplo, no caso das propinas.

Seleccionadas, localizadas e avaliadas as fontes, alguns princípios devem ser seguidos no relacionamento que o jornalista estabelecerá com elas.

Em primeiro lugar, a recolha de informação deve ser sistemática, rigorosa, todos os dados – especialmente em assuntos delicados – devem ser cuidadosamente verificados e, se possível, quando não houver testemunho directo por parte do jornalista, confirmados por outras fontes.

O jornalista deve recolher sistematicamente a informação de que vai necessitar na realização do trabalho, e por isto, entende-se que deve ter já pré-definido quem, quando, e por que ordem contactar para construir uma notícia. Mas não só. Também deve saber do que anda à procura, e preparar cuidadosamente as entrevistas a realizar, documentando-se e esboçando mentalmente as perguntas que deseja ver respondidas, sob pena de poder vir a ser manipulado. As fontes que inicialmente previu contactar podem depois remetê-lo para novos contactos, de que não se tinha lembrado ou desconhecia. Não é hora entrar em greve de zelo. Deve, caso o assunto o justifique, realizar também esses contactos.

As fontes, sem excepção, devem ser citadas, e todas as informações que prestam devem claramente ser-lhes atribuídas no corpo do texto, sob pena de o jornalista, e o jornal, fazerem suas as afirmações produzidas.

Sempre que uma fonte se recuse, por motivos fundamentados, a ser identificada, o jornalista pode ainda assim publicar essas informações, desde que estas sejam suportadas por documentos oficiais, fornecidos pela fonte, e cuja autenticidade foi verificada. Não pode é confiar cegamente numa fonte deste tipo, e deve sempre confirmar as informações recebidas. Casos destes, porém – pela delicadeza que envolvem – deverão ser discutidos com as chefias, e constituirão sempre excepções.

Muito semelhante a isto é o *off the record*, em que a fonte não pode ser identificada, e as informações que presta não podem ser publicadas. O *off the record* serve, por exemplo, para que o jornalista tente confirmar as informações recebidas por meio de outras fontes – isto é, começar a investigar. Em todo o caso, deve ser rigorosamente respeitado, quer a fonte passe para *off the record* antes, ou depois de tornar a informação conhecida.

Rigorosamente respeitados, também, serão os embargos. As agências, e por vezes algumas fontes, enviam para as redacções certo tipo de informações com a indicação de “embargo até às x horas”, e tal significa que esse texto não pode ser utilizado, nem publicado, até a fonte que o emitiu levantar o embargo. Normalmente, tratam-se de acontecimentos que ainda não se produziram, e é necessário esperar pela hora em que ocorram para poderem ser noticiados como tendo ocorrido. A concorrência feroz entre os *media* já levou, em Portugal, à quebra de embargos. Caso, por exemplo, do discurso de José Saramago na entrega do prémio Nobel da Literatura, cujo texto foi distribuído antes da cerimónia. Independentemente das justificações oportunistas e mais ou menos bem construídas que possam ser dadas para sucessos deste tipo, o incumprimento de um embargo deve ser considerado uma falta profissional grave, que *queima* e arruina as relações com a fonte,

e com os restantes profissionais de comunicação; para, feitas as contas, magro ganho.

É necessário também um especial cuidado com as rotinas e as relações que se estabelecem com as fontes. Esses contactos nunca devem ser de demasiada proximidade-promiscuidade. É terrível, mas estudado, ver o presidente de um Governo Regional tratar na televisão o jornalista que o entrevista por “tu”. Talvez este profissional não tenha culpa, talvez o político o conheça desde pequeno, mas a imagem que fica nos espectadores é de imediata suspeição e falta de credibilidade do jornalista.

As fontes devem ser tratadas com cordialidade e cortesia, num certo sentido, *cultivadas*; mas há barreiras, e limites, que o jornalista deve impor na sua relação com elas, e não permitir nunca que sejam ultrapassadas. Isto é, por mais simpatia e bom relacionamento que um jornalista mantenha com a fonte, esta deve saber claramente que a relação é estritamente profissional, e que o jornalista, ouvindo-a, se reserva também no direito de ouvir quem mais bem entender, redigindo o seu trabalho com total autonomia e independência.

Em acontecimentos imprevisíveis, ou em condições de reportagem difíceis, há a tendência para os profissionais de comunicação se fundirem em *pool* – as vantagens são imensas, e muitas vezes esta é a única maneira, pela partilha de meios, de conseguir noticiar convenientemente um acontecimento. Mas não se deve, por preguiça, abusar disso. É injusto, mas é verdade: em acontecimentos imprevisíveis, o factor sorte pode ser crucial para a realização de um bom trabalho. O jornalista que chegou atrasado a uma tragédia pode ser o único a chegar à fala com a testemunha crucial do acontecimento... ou não.

Um jornalista consciencioso, e um bom profissional, não tem necessidade de *secar* deliberadamente uma fonte, ou seja, impedir, por algum meio, que outros jornalistas a ela acedam. Este procedimento pratica-se algumas vezes, sobretudo em termos de imagem. É, por exemplo, chegar à Póvoa do Varzim, onde houve um naufrágio, e arrebatat todas as fotografias das vítimas, com a

promessa de vir a devolvê-las à família. Seria muito mais simples reproduzir simplesmente as imagens, ou levar só as melhores.

Proceder assim é errado por duas ordens de razões: é ser um péssimo colega para os jornalistas de outros *media* encarregues do caso – e eles não vão esquecer-se disso; e é um pecado contra o jornalismo em si, porque informar é um serviço de utilidade pública e quem *seca* uma fonte impede os outros jornais de informarem.

Uma outra forma, ainda menos inteligente, de *secar* fontes, é tratá-las indevidamente – quebrando embargos, desrespeitando um *off the record*, publicando uma conversa que se ouviu à so-capa num restaurante, pedindo emprestados materiais que não se devolvem, ou, por qualquer forma, enganando a fonte na sua boa fé – fazendo com que jamais voltem a dar informações a esse jornalista, ou mesmo ao órgão de comunicação social que representa.

Por outro lado, é evidente que o jornalismo é uma profissão competitiva, de grande pressão e exposição pública. Um jornalista não é uma irmãzinha da caridade, e um bom profissional deve ser brioso, empenhar-se e lutar pelas suas *cachas*<sup>5</sup>. Mas também deve ser, sem exceção, cortês e prestável para com os colegas. Colaborar com eles sempre que tal não prejudique o trabalho que se está a realizar. A regra em tais casos – um pedido de auxílio de um colega – é fornecer toda a informação que já é do domínio público, foi transmitida numa conferência de imprensa, por exemplo; e guardar as *cachas*, ou a ideia de uma boa fonte que se pensa contactar *a posteriori*. Também não faz qualquer sentido ocultar informação que se sabe virá a ser pública – um telex de agência que o jornalista já tem, e a que sabe que o colega acederá quando chegar à sua redacção.

A **Lei de Imprensa** estabelece alguns princípios em relação às fontes, nomeadamente, garantindo aos jornalistas “a liberdade

---

<sup>5</sup>*Cacha* é uma informação – em breve notícia – que mais nenhum outro jornalista possui. Um exclusivo, portanto. A palavra entrou na gíria jornalística a partir do francês, *acher*, embora já seja possível encontrar, mesmo em publicações, a deturpação *caixa*.

de acesso às fontes de informação, incluindo o direito de acesso a locais públicos e respectiva protecção”, bem como “o direito ao sigilo profissional”, que garante a possibilidade de, nem mesmo em juízo, o jornalista revelar as suas fontes confidenciais.

Estes aspectos são depois regulamentados em pormenor no Estatuto do Jornalista. Este, no **Artigo 8º** estabelece que:

“1. O direito de acesso às fontes de informação é assegurado aos jornalistas:

a) Pelos órgãos da Administração Pública (...)

b) Pelas empresas de capitais total ou maioritariamente públicos, pelas empresas controladas pelo Estado, pelas empresas concessionárias de serviço público ou do uso privativo ou exploração do domínio público e ainda por quaisquer entidades privadas que exerçam poderes públicos ou prossigam interesses públicos (...)

2. (...)

3. O direito de acesso às fontes de informação não abrange os processos em segredo de justiça, os documentos classificados ou protegidos ao abrigo de legislação específica, os dados pessoais que não sejam públicos, os documentos que revelem segredo comercial, industrial ou relativo à propriedade literária, artística ou científica (...)

4. (...)

5. (...)

## **Artigo 9º**

### **Direito de Acesso a locais públicos**

1. Os jornalistas têm direito de acesso a locais abertos ao público desde que para fins de cobertura informativa.

2. O disposto no número anterior é extensivo aos locais que, embora não acessíveis ao público, sejam abertos à generalidade da comunicação social.

3. Nos espectáculos ou outros eventos com entradas pagas em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de

condicionamentos de acesso poderão ser estabelecidos sistemas de credenciação de jornalistas por órgão de comunicação social.

4. (...)

### **Artigo 10º**

#### **Exercício do direito de acesso**

1. Os jornalistas não podem ser impedidos de entrar ou permanecer nos locais referidos no artigo anterior quando a sua presença for exigida pelo exercício da respectiva actividade profissional, sem outras limitações além das decorrentes da lei.

2. (...)

3. Nos espectáculos com entradas pagas em que os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento.

4. Em caso de desacordo (...) qualquer dos interessados pode requerer a intervenção da Alta Autoridade para a Comunicação Social (...)

5. Os jornalistas têm direito a um regime especial que permita a circulação e estacionamento de viaturas utilizadas no exercício das respectivas funções (...)

### **Artigo 11º**

#### **Sigilo Profissional**

1. Sem prejuízo do disposto na lei processual penal, os jornalistas não são obrigados a revelar as suas fontes de informação, não sendo o seu silêncio passível de qualquer sanção, directa ou indirecta.

2. Os directores de informação dos órgãos de comunicação social, bem como qualquer pessoa que nela exerça funções, não podem, salvo com autorização escrita do jornalista envolvido, divulgar as suas fontes de informação, incluindo os arquivos jornalísticos de texto, som ou imagem das empresas, ou quaisquer documentos susceptíveis de as revelar.

3. Os jornalistas não podem ser desapossados do material utilizado ou obrigados a exhibir os elementos recolhidos no exercício da profissão, salvo por mandado judicial e demais casos previstos na lei.

4. (...)”

Todavia, apesar destas excelentes declarações de intenções por parte do legislador, o que vigora de facto em Portugal na Administração Pública é a lei da rolha, e muitas vezes é extremamente penoso, e difícil, obter informações perfeitamente banais e anódinas junto de certos serviços públicos. Em largos casos por puro comodismo, ou ainda por existir uma estrutura hierárquica demasiado rígida dentro da instituição, o jornalista vai sendo chutado para cima – chefe de serviço, director, director-geral, e por aí fora... de forma que, para saber as horas no Instituto de Emprego e Formação Profissional, pode ser necessário telefonar ao respectivo ministro! Sempre que se verifiquem situações deste tipo, a raia o absurdo, o jornalista deve fazer valer os seus direitos – e entre esses incluem-se o perguntar, e sugerir publicar, porque é que o tal responsável que só ele pode prestar as informações, nunca está. Aparecerá imediatamente ou delegará a tarefa.

## 7.2 Ética e deontologia

### 7.2.1 O código deontológico

O código deontológico dos jornalistas foi aprovado pelo sindicato dos jornalistas. Conciso e bastante completo, estipula nos 10 pontos que o compõem, e de forma muito clara, os princípios deontológicos a atender pelos jornalistas e candidatos a jornalistas:

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.

2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.
3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a esses direitos.
4. O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.
5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.
6. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem sempre ser atribuídas.
7. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência os arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.
8. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo.

9. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos excepto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações ou imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.
10. O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O jornalista não deve valer-se da sua condição para noticiar assuntos em que tenha interesses.

### 7.2.2 Outras normas deontológicas

As regras propostas no código deontológico, que deverão ser seguidas na íntegra, podem ainda ser complementadas com um conjunto de boas práticas, que mais não são do que especificações do próprio código, e particularizações do espírito do que aí está consignado.

Assim, o jornalista deve recusar-se a noticiar suicídios, excepto quando estes ocorrerem em locais públicos, e sejam já do conhecimento da comunidade em geral. O que é um lugar público? Atirar-se da ponte sobre o Douro, entrar em contramão numa auto-estrada, ou deixar-se apanhar por um comboio é distinto de ferir-se mortalmente em casa. Em todo o caso, os familiares deverão sempre ser respeitados na sua dor, evitando-se perturbá-los injustamente ou por motivos fúteis.

Corolário do princípio de presunção de inocência dos arguidos até ao trânsito em julgado da respectiva sentença é que, por exemplo, em casos de polícia, os acusados não devem ser identificados de forma a poderem ser reconhecidos. Estes são processos pouco mediáticos – se vier a ser considerado inocente, ou não for sequer acusado, o *ladrão*, *carteirista*, ou o que quer que seja, já

não verá o caso noticiado nos jornais, e entretanto poderão ter-se produzido danos irreparáveis na sua reputação.

Pelas mesmas razões, deve ser considerada muito grave a identificação de “menores delinquentes”, mas não só – deve recusar-se a identificação, através de informações ou imagens, de qualquer menor envolvido em situações desfavoráveis, e cuja identificação possa determinar negativamente o seu futuro, constituir uma invasão de privacidade ou uma humilhação pública. “António Pedro Bastos, de 13 anos, (segue-se a fotografia do dito), começou a cheirar cola aos 9, e hoje vive num carro abandonado na zona do Bairro S. João de Deus” ou “Pedro tem seis anos, vive com as irmãs da caridade, estuda na segunda classe e é um excelente aluno. Mas teve um mau começo. Às duas semanas, a mãe, prostituta e toxicod dependente, abandonou-o numa casa de banho pública” são, passe o exagero, práticas abjectas: são-no em si, e ainda por uma outra e subtil razão: estas crianças não têm quem as defenda e a violação do seu direito ao bom nome não vai ser alvo de queixa nem punida – isto é, não trará problemas. O jornalista jamais se atreveria, e sabe-o muito bem, a noticiar um caso semelhante ocorrido com um filho-família com um nome com 10 apelidos, o que torna tudo ainda mais sórdido.

Também as vítimas de crimes sexuais, homens ou mulheres, maiores ou menores de idade, não devem ser identificadas.

O jornalista deve igualmente evitar a todo o custo as metonímias generalizadoras de etnias, religiões, grupos sociais ou profissionais: o cigano, africano, muçulmano, que realizou um assalto à mão armada, não deve ser referido dessa forma desprestigiante para toda a comunidade. Afinal, também não se diz “o traficante, lisboeta de raça branca” quando é o caso.

O jornalista deverá sempre distinguir cuidadosamente as pessoas, das ideias que defendem ou dos actos que eventualmente praticaram

Absolutamente de parte está igualmente a incitação à violência, ao ódio racial, à subversão da ordem pública ou à prática

de quaisquer crimes, práticas que, ao abrigo da Lei de Imprensa, constituem elas próprias crimes.

Por outro lado, não se relacionam criminosos com pessoas públicas conhecidas, excepto quando tal tenha relevância no crime cometido ou na actuação das pessoas em causa. Isto é, uma figura pública com 50 anos de vida impoluta e dedicada não deve ser ligada ao sobrinho toxicodependente que roubou um auto-rádio. Agora, se falamos do irmão de um ministro, que ganhou de forma escusa o concurso para a realização de vultuosas obras públicas para o ministério tutelado por esse familiar, e que, após investigações, foi acusado pelo Ministério Público; essa ligação, embora salvaguardando a presunção de inocência dos envolvidos, pode ser realizada. Por último, não se divulgam cadastros de figuras públicas senão quando tal é de manifesto interesse público.

### **7.2.3 Responsabilidade legal e moral**

Os jornalistas podem ser responsabilizados legalmente por crimes cometidos no exercício da sua profissão, sendo que, os mais comuns, são o abuso de liberdade de imprensa, difamação e quebra do segredo de justiça.

Todavia, uma prática ética consequente e o cumprimento rigoroso da deontologia profissional ultrapassam quase sempre as responsabilidades legais que lhe poderão ser imputadas.

Há práticas que são profundamente anti-éticas, ainda que não venham ou não possam ser alvo de punição legal, e devem ser liminarmente rejeitadas. Caso, por exemplo, de violar o código deontológico relativamente a pessoas demasiado humildes, ou simplesmente indefesas, para fazerem valer os seus direitos. Ou, ainda, a pequena ficção humorística – atirar a pedra escondendo a mão – que é achincalhante para os visados, ou de alguma forma diminui qualquer dos seus direitos, mas que em juízo se revelaria impossível de provar como crime, pois não explicita quem são esses mesmos visados – e por isso não é objecto de queixa.

O jornalista deve ter sempre presente que é moralmente res-

ponsável pelos seus trabalhos, e que pode pecar, por excesso ou omissão, mesmo que daí não advenham consequências legais para a publicação.

Deve pois ser o primeiro e o mais atento vigilante das suas próprias práticas, porque um erro cometido num jornal dificilmente poderá ser reparado. Ao noticiar uma falsidade, ou de alguma forma prejudicar injustamente alguém, dificilmente poderá reparar o mal feito. Nem todas as pessoas que leram a notícia falsa lerão o desmentido da mesma; e muitas, mesmo fazendo-o, não ficarão convencidas, e guardarão sempre uma natural suspeição relativamente a essa figura.

Por outro lado, no espaço que medeia entre um erro e a sua rectificação – ainda que esta fosse eficaz a 100 por cento –, tudo o que se passou, risos, ostracismo, ridículo, suspeição, desconfiança; já se passou, e jamais poderá ser retirado da história pessoal da vítima e seus familiares.

### **7.3 Regras para a recolha de informação**

A recolha de informação é um passo fundamental para a elaboração de qualquer notícia. Por mais talento e prática de escrita que o jornalista tenha, se falhou a recolha de dados coloca em perigo todo o trabalho, simplesmente porque sem informação cuidadosa e sistematicamente recolhida não possui matéria prima para trabalhar.

Pelo contrário, se recolheu competente e conscienciosamente os dados necessários para a elaboração do trabalho que tem em mãos, e se se encontrar em dificuldades durante a redacção do mesmo, pode sempre ser auxiliado nessa tarefa por um editor ou um outro jornalista. Falhando o propósito da recolha, ou passando ao lado da notícia, é que se encontrará numa situação irremediável, porque uma vez na Redacção, nem toda a boa vontade do mundo poderá auxiliá-lo.

Algumas regras devem ser seguidas na recolha de informa-

ções, a primeira, absolutamente óbvia, e tantas vezes negligenciada, é permanecer sempre no local até ao final dos acontecimentos. Porquê? Por mais previsível e entediante que o acontecimento pareça, podem sempre surgir imprevistos que serão o mais importante da notícia. O jornalista que saiu 10 minutos antes do final de um jogo de futebol pode perder as cenas de violência e as detenções que se lhe seguiram. Depois, nada há a fazer, excepto admitir o erro. Não quererá, como o célebre Repórter X, que falhou o assassinato do Sidónio Pais, ter de inventar que o presidente lhe morreu nos braços e que recolheu as suas últimas palavras: “*Morro eu, mas salva-se a pátria*”; quando é certo que Pais morreu sem ter tido oportunidade de lançar sequer um suspiro.

Por razões semelhantes, isto é, porque os acontecimentos, por mais previsíveis que pareçam, podem não se produzir – quem pode garantir que o sol se levantará amanhã? – deverá respeitar escrupulosamente os embargos<sup>6</sup>.

Sempre que tal for relevante para a história que tem para contar, deverá noticiar as circunstâncias de produção da notícia, ou mesmo do próprio acontecimento. Isto porque, embora esta tendência seja relativamente recente, cada vez mais a presença dos *media*, especialmente das televisões, no local de um acontecimento – uma manifestação ou um corte de estrada – pode influenciar, e isto sem qualquer interferência dos jornalistas, o curso do próprio acontecimento.

Consequência natural deste princípio é que o jornalista não deve provocar acontecimentos, quer eficientemente, quer através das perguntas que formula. Isto é, se o corte de uma linha férrea por populares acaba por redundar numa manifestação pouco animada e sem convicção, não lhe compete de todo incitar o povo a retirar carris da via e tocar os sinos a rebate para chamar mais gente. Por outro lado, não pode dirigir-se a um secretário de Estado informando-o que um ministro achara a sua acção numa dada

---

<sup>6</sup>Há, evidentemente, uma outra e excelente razão para o fazer, que é o respeito que lhe deve merecer a fonte que emitiu o embargo.

matéria pouco competente – o que é falso –; esperar que a vítima apelide o ministro de mentecapto; e a seguir informá-lo disso mesmo, criando um *caso* político.

Além disso, um profissional sabe o que anda a fazer. Não pode passar ao lado do coração dos acontecimentos, noticiando pormenores e esquecendo o essencial. Exemplos? Quando a Telepac lançou um pop de acesso à internet numa cidade do interior do País – que permitiria obter ligações ao preço de uma chamada local, enquanto até aí os netófilos se ligavam a Coimbra, com custos in comportáveis –, teve o gesto simpático de realizar também um sorteio entre os então poucos utilizadores do serviço, oferecendo uma televisão, um telemóvel, e quinquilharia do género. Onde está aqui notícia? Não é certamente aquela que uma rádio local noticiava em título: “O Sr. António Martins acaba de ganhar um televisor!”.

Recentemente Portugal tem sido abalado por um vírus que prolifera incontrolavelmente: a conferencite de imprensa aguda. Por tudo, e por nada, políticos, empresas, associações, particulares, decidem convocar conferências de imprensa. Muitas vezes sem que se vislumbre qualquer assunto noticiável, ou então encobrimdo acções de propaganda e promoção pessoal. O jornalista saberá seleccionar, entre as miríades de *press releases* e anúncios de conferências de imprensa, aqueles que são verdadeiramente importantes, negligenciando os demais.

Regra de ouro que ninguém desconhece é que é imprescindível ouvir sempre, com isenção e rigor, todas as partes envolvidas num conflito, e apresentar as suas versões de forma equidistante e sem emitir juízos de valor, ou, de alguma forma, favorecer uma das partes.

## 7.4 Regras para a realização de entrevistas

A grande maioria das informações recolhidas pelo jornalista são no através de entrevistas, que depois, durante a fase de escrita, podem ser transformadas em qualquer um dos géneros jornalísticos: notícia, reportagem, *fait-divers*... Por vezes não é fácil abordar tantas e tão diferentes pessoas de entre os milhares que o jornalista entrevistará ao longo da sua carreira, mas esse contacto humano tão diversificado constitui precisamente um dos factores mais atractivos e de maior riqueza da profissão.

- O primeiro aspecto a atender durante a realização de uma entrevista é a proxémica – para todos os efeitos, o jornalista é um estranho, e deve evitar invadir o espaço do seu interlocutor, deixando-o desconfortável e pouco à vontade.
- As entrevistas são presenciais, exigem contacto directo com a fonte, pela simples razão de que numa entrevista realizada por telefone, ou por escrito – as quais não estão vedadas, mas devem constituir excepção – se perdem todos os pormenores que constituem a riqueza pragmática do encontro.
- A presença do jornalista é discreta e *low profile*, já que este evitará intimidar o entrevistado.
- Por regra, não se apresentam questões prévias, nem se aceitam entrevistas respondidas por escrito. O entrevistado deve ser informado com clareza do tema sobre o qual o trabalho o versa, mas não das perguntas em concreto. É que ao utilizar este método, perde-se toda a espontaneidade, o efeito surpresa e a possibilidade de descobrir novas informações durante a entrevista.
- Durante a fase de redacção do trabalho, o discurso do entrevistado será forçosamente reescrito, por causa das diferenças entre a oralidade e a linguagem escrita – por mais culto

que seja o entrevistado, o seu discurso terá de sofrer adaptações. O importante é que o texto seja fiel àquilo que o entrevistado revelou, não à letra do que foi dito.

- Sempre que possível, as entrevistas deverão ser preparadas com antecedência, devendo o jornalista documentar-se o mais possível sobre o tema. Isto deverá ser complementado com uma outra atitude: manter-se atento para o surgimento de novos temas e questões na sequência das respostas dadas pelo entrevistado.
- No caso dos jornalistas de imprensa, o uso do gravador deve ser excepcional, reservando-se para a entrevista pergunta-resposta, em que há a preocupação de reproduzir *ipsis verbis* as palavras do entrevistado. Em todas as outras situações, o uso de um bloco de notas revela-se uma escolha mais acertada, já que a informação assim recolhida é muito mais fácil de manipular, o jornalista deixa de estar sujeito a contingências técnicas, uma caneta intimida menos que um gravador, e durante a redacção do trabalho poupa-se muito tempo que pode vir a ser precioso para outras tarefas. Mesmo assim, quando for utilizado um gravador, deve, no final da entrevista, realizar-se um teste de som, ouvindo algumas palavras do entrevistado. Não raras vezes, pelas razões mais improváveis – falha mecânica, falha de pilhas, um *pause* inconveniente – o jornalista verifica, ao chegar à Redacção, que a máquina não registou uma única palavra do que foi dito.
- É necessário prestar a maior atenção ao que o entrevistado diz. Este, que normalmente foi solicitado pelo jornalista, tem direito a cem por cento da sua atenção; não só por cortesia e boa educação, mas também por motivos práticos – muitas vezes as respostas do entrevistado são ponte para novas perguntas, novos assuntos. O jornalista que registre desinteressadamente (“fale aqui para o gravador, enquanto

eu vou ali tomar um café e já venho”) o material que recolhe pode perder informação preciosa que depois não consiga recuperar.

- O jornalista deve expressar-se com simplicidade, e apresentar-se de forma modesta perante os entrevistados, mas nunca subserviente. Deve deixar uma impressão de segurança e tranquilidade, e que não se deixará intimidar, ainda que intentem fazê-lo.
- Particularmente, durante o seu trabalho, deve evitar expressões que insultem a inteligência do entrevistado – “percebe?”, “está a acompanhar?”; e ainda definir termos que são de uso corrente, presumindo que o interlocutor não os entende – se se presume que não os entende, devem obviamente escolher-se outros ainda antes de lançar a questão. Afinal, se o entrevistado é humilde e, efectivamente, não percebe, a responsabilidade é do jornalista, que falha ao não conseguir comunicar com ele.
- O interlocutor não deve ser interrompido enquanto expõe uma ideia ou relata um acontecimento, porque isso pode levá-lo a perder o raciocínio que seguia. São também totalmente desadequadas interrupções do jornalista com expressões de incitamento, concordância ou repúdio (podem suceder em imprensa, mas imagine o que sentiria se visse tal coisa numa peça de televisão: “Tem toda a razão sr. ministro”, “é claro”, “é evidente” “posso dar-lhe um beijinho sr. ministro?”)
- Idealmente, se o jornalista tem opinião sobre o assunto em causa, o entrevistado não deverá sequer aperceber-se dela. Se souber manter as devidas distâncias, o entrevistado sentirá quão inconveniente seria sondá-lo.
- Nunca se discute com um entrevistado. Esta é uma das consequências do distanciamento. Não quer dizer que não

se lhe coloquem questões provocantes, que o levem a reagir com vivacidade. Mas essas questões serão colocadas de forma impessoal, ouvindo a resposta com imparcialidade e registando o que é dito. Se o jornalista acha que, em determinado tema, pode não ser capaz de o fazer, então é porque não possui distanciamento suficiente em relação à causa e deve recusar o serviço.

- Não se têm familiaridades com entrevistados. Apesar da cordialidade e simpatia que se recomendam, deve ficar sempre bem claro que aquele é um encontro com motivações estritamente profissionais, e que o jornalista se reserva o direito de ouvir quem bem entender sobre o assunto, publicando a história da forma que achar mais conveniente.
- Não se tratam os entrevistados por “tu”, excepto, nalguns casos, as crianças muito jovens. O jornalista também não deve, pela sua postura, admitir ou encorajar tal tratamento, excepto quando tal resulte de simplicidade ou ingenuidade do interlocutor.
- Ainda quanto aos tratamentos, os titulares de cargos públicos, quando entrevistados nessa qualidade, tratam-se pelos nomes dos respectivos cargos: um ministro – que pode ser um académico de carreira, ou um antigo empregado de escritório – é sempre senhor ministro. A mesma regra segue-se quanto aos graus honoríficos, sempre que o jornalista deles tenha prévio conhecimento, ou requisite o entrevistado nessa qualidade, de forma que um arquitecto ou engenheiro é arquitecto ou engenheiro fulano de tal. Por fim, um corretor da bolsa, um empresário rico, o dono do jornal, um cigano, e um *clochard* arrumador de carros, são, respectivamente, senhor Pedro Caldeira, senhor António Mota, senhor Américo Quintas, senhor Nuno Mendes e senhor Joaquim Silva e deverão ser tratados exactamente da mesma

maneira e com o mesmo respeito. Lili Caneças e uma vendedora de peixe são D. Lili Caneças e D. Antónia Sousa, independentemente de preferirmos a companhia de uma ou de outra.

- As entrevistas devem ser conduzidas com seriedade e honestidade, e tal significa que não se inventam nem se criam falsos acontecimentos – pode parecer extraordinário, mas ainda há lídimos crios de Reinaldo Ferreira em actividade. O jornalista não quererá ser um deles.
- Não se colocam palavras na boca dos entrevistados, incluindo nas perguntas todas as afirmações que o jornalista gostaria de ver a fonte debitar, e esperando por um assentimento deste.
- Por outro lado, não se formulam questões que possam ser respondidas com “sim” ou “não”, porque é exactamente isso que um entrevistado lacónico ou intimidado fará, deixando o jornalista em apuros. Uma entrevista é uma conversa que cumpre ao jornalista dirigir, deixando o entrevistado expressar-se à vontade.
- Durante uma conversa deste género, interessa ouvir o entrevistado, não o próprio jornalista. Demasiadas pessoas adoram o som da própria voz, o tilintar das suas opiniões. O jornalista não é uma delas.
- A máxima cautela na recolha de dados ou afirmações que possam vir a gerar controvérsia. Deve atender-se que, muitas vezes, as pessoas mais insuspeitas estão sempre prontas a retirar uma afirmação que claramente fizeram, assustadas pelas reacções ou consequências que provocaram, e atirando as culpas para o jornalista, que *percebeu mal* ou *publicou coisas que eu não disse*. A prudência é uma grande virtude. A inversa é que não se devem descontextualizar afirmações de entrevistados, atribuindo-lhes sentidos que não tinham quando foram proferidas.

- Muitas e muitas vezes, especialmente se parece jovem e inexperiente, o jornalista será solicitado por entrevistados no sentido de os deixar ler o seu trabalho antes da publicação. Regra geral tais pedidos devem ser liminarmente rejeitados. O trabalho, bom ou mau, é da exclusiva responsabilidade do jornalista. Por vezes admite-se que sejam abertas exceções em casos de peritagem que o redactor não domine – um texto sobre a cisão do átomo em que a fonte é um físico famoso – ou quando o interesse noticioso das declarações suplante largamente os inconvenientes disso. Em tais casos a opção pode ser legítima, mas nunca é muito recomendável<sup>7</sup>. Agora, deixar um entrevistado ler uma entrevista sobre a apanha da batata nos montes hermínicos mina a credibilidade do jornalista e transforma-o numa espécie de moço de recados – *o sr. publica aquilo que eu desejo que publique*. Situações deste tipo devem ser evitadas. Informado das condições do trabalho, o entrevistado reservar-se-à o direito de conceder a entrevista ou não.
- Sempre que se proponha entrevistar alguém, a primeira coisa que o jornalista tem a fazer é identificar-se, identificar o órgão de comunicação social para onde trabalha, e explicar o tema da entrevista. Depois, no caso de vir a ser marcado um encontro *a posteriori*, deverá cuidar para ser rigorosamente pontual, por uma questão de respeito pelo interlocutor; e quando isso não for possível, justificar-se e pedir desculpa.
- Nunca se corrigem os entrevistados, ainda que dêem à gramática o mesmo uso que se dá a uma bola na final da Taça

---

<sup>7</sup>Uma variante disto é solicitar as perguntas por escrito e exigir que as respostas sejam publicadas na íntegra. Poderá ceder-se no caso do Presidente da República que fala sobre uma matéria de Estado muito delicada; mas nunca ao primeiro John Doe que gosta de se dar ares de *prima dona*. Aí o que há a fazer é entrevistar imediatamente um rival ou concorrente sobre o mesmo assunto.

– isso ofende-lo-à, é inútil pois não o ensinará a falar melhor português, e pode perfeitamente inviabilizar a entrevista. Eventuais correcções fazem-se na passagem do discurso oral à escrita, e sempre no sentido de melhorar a clareza do que foi dito permanecendo fiel às declarações do entrevistado.

- As questões a colocar ao entrevistado devem ser logicamente agrupadas por temas ou áreas de interesse. Não se salta anarquicamente de um assunto para outro, voltando atrás a bel-prazer, porque isso confunde o entrevistado e tornará muito mais difícil a redacção do trabalho jornalístico.
- A timidez é um defeito encantador, mas não num jornalista. Ele não pode ter vergonha de perguntar, ou insistir sobre pontos que lhe pareçam obscuros. Deve, pelo contrário, perguntar tudo até ao fim, muito, as vezes que forem necessárias, até ter a certeza de que percebeu e que pode transmitir competentemente o que lhe foi dito.
- Colocar sempre todas as questões que se tinham previamente formulado. Por vezes, provocar o entrevistado pode ser uma boa técnica no sentido de espevitado o interlocutor. Mas nunca colocar questões desprimorosas, humilhantes ou com as quais o entrevistado se possa sentir justamente ofendido, nem as que violem a sua vida íntima. (A propósito de um trabalho sobre a PAC, não se pergunta *Sr. ministro, é verdade que quando era pequeno se vestia de mulher e gostava que lhe chamassem Joana Caddy?*)
- Não deixar o entrevistado fugir às perguntas – e são mestres nisso os políticos profissionais. Sempre que o entrevistado desviar o assunto e desatar cheio de coerência a falar de outra coisa qualquer, reconduzi-lo firmemente ao tema em foco. De outra forma o jornalista foi manipulado.

- Por último, o jornalista deve respeitar as convicções religiosas e mundividências dos entrevistados, mesmo que com elas não concorde, e fazê-lo de uma forma prática e não meramente teórica. Se entrevista um bispo católico, não deve, enquanto faz sala, dissertar sobre as delícias de uma vida sexual promíscua. Se convida um rabi para almoçar, pode muito bem, por cortesia, evitar pedir carne de porco à alentejana. Assim como, se se encontra num país islâmico, deve evitar sair para uma reportagem vestindo roupas ou tendo comportamento que são chocantes para tais culturas. Essas atitudes podem justamente ser tidas como provocações – e que outra coisa poderiam ser?

Mário Erbolato, citado por Silva Araújo<sup>8</sup>, acrescenta ainda, entre outras, as seguintes regras:

1. Ajude o entrevistado, se necessário, a expor as suas opiniões. Conduza a entrevista.
2. Não corte as respostas. Espere que cada uma delas termine, antes de formular a próxima pergunta.
3. Não emita a sua opinião, a menos que seja solicitada, e assim mesmo com modéstia e humildade.
4. Não seja agressivo. Demonstre franqueza, e não astúcia.
5. Faça as perguntas ao mesmo nível de quem responde. Pode acontecer que a entrevista seja importante, por ter sido procurada uma pessoa que saiba bastante sobre o que ocorreu, embora humilde. Se ela ficar amedrontada, negar-se-á a dar esclarecimentos preciosos para o jornal.
6. Não se mostre superentusiasmado se ouvir uma resposta-bomba, porque o entrevistado, diante da sua reacção, poderá pedir-lhe que suprima o que disse, temeroso das consequências.

---

<sup>8</sup>Silva Araújo, Op. Cit., p. 132.

7. Prepare o terreno para cada pergunta. As coisas mais cruéis e indiscretas podem ser indagadas se o jornalista tiver o cuidado de se ir conduzindo com habilidade.



# Capítulo 8

## Utilização da Linguagem

Barthes, num texto célebre, a lição inaugural proferida no prestigiado College de France, prova que a língua é fascista. “Um idioma define-se menos por aquilo que permite dizer, do que por aquilo que obriga a dizer” constitui a tese central deste trabalho. “A linguagem é uma legislação, e a língua é o seu código. Não nos apercebemos do poder que existe na língua porque nos esquecemos que qualquer língua é uma classificação, e que qualquer classificação é opressora”<sup>1</sup>

Falamos a língua, mas, ao mesmo tempo, somos falados por ela. A estrutura própria de cada língua permite-nos dizer as coisas, mas também nos obriga a dizer-las de determinada maneira. “My language is the sum total of myself”, proclamava Peirce quase um século antes. Nomear é sempre constituir um sujeito, e um objecto, um enunciador, e um enunciado. Sendo a linguagem uma cristalização de formas e uma ordem, estão sempre nela inscritas relações de poder, e as “escritas brancas”<sup>2</sup> preconizadas por Barthes são simplesmente impossíveis.

“A língua, como performance de toda a linguagem, não é nem reaccionária nem progressista; ela é pura e simplesmente fascista;

---

<sup>1</sup>Roland **Barthes**, *A Lição*, col. Signos, Edições 70, 1988, Lisboa, p. 15.

<sup>2</sup>Barthes, Roland, *O Grau Zero da Escrita*, Edições 70, 1988, Lisboa.

porque o fascismo não consiste em impedir de dizer, mas em obrigar a dizer”<sup>3</sup>, conclui Barthes.

Ao linguista esta perspectiva, o carácter fascista da linguagem, interessa em termos estruturais, e o tema constitui um manancial inesgotável para os estudos empíricos da linguística comparada. E mais não pode fazer que revelar, revelar obsessivamente. Dela não há fuga possível, e mudar de língua, mudar a língua, um projecto que não se pode cumprir.

Ao jornalista o tema interessará sobretudo num âmbito muito mais restrito – o do valor semântico de certas expressões que surgem associadas *a priori* culturais tão vastos de que nem chega bem a dar-se conta. Colombo provou, sem margem para dúvidas, que o jornalismo, por maior perfeição que um país tenha atingido na forma como o pratica, está sempre sujeito a uma determinanda atmosfera cultural, a “certos dados impalpáveis das condições em que os jornalistas trabalham”<sup>4</sup>. Mais do que as condições jurídicas e materiais, condições internas e culturais, um omnipresente clima moral, podem condicionar o que e como se diz.

Ora contra isto, é possível estar vigilante. O fascismo semântico pode e deve ser combatido. Por que razão um toxicodependente “rouba auto-rádios” enquanto um gestor “deu um desfalque de meio milhão”, ou “desviou fundos”? João Com Fome é pura e simplesmente “o réu”, ao passo que, sentado no mesmo banco, um ex-governante é “o ex-ministro acusado pelo Ministério Público de...”? Os ciganos “burlam”, vendendo latão por ouro, gato por lebre, ao passo que os empresários “se envolvem em processos de facturas falsas”, ou “deixam de pagar à Segurança Social”; Maria é despejada por “não pagar a renda”, enquanto a empresa onde trabalha continua “com salários em atraso”. E podem-se contornar tais armadilhas da linguagem? Não é nada fácil. Mas pode-se, pelo menos, estar atento.

O jornalista, para não ser como o comerciante desonesto, deve usar sempre o mesmo metro, evitar as designações pejorativas; as

<sup>3</sup>Ibidem, p. 16.

<sup>4</sup>Furio Colombo, op. cit, p. 27.

generalizações de grupos étnicos, religiosos, profissionais ou outros; formular as suas perguntas de forma neutra, e usar da mesma neutralidade na revelação dos factos. Posto isto, como se fazem então as notícias?

## 8.1 Estilo

Esta é a questão crucial para todos os jovens aspirantes a jornalista. Como escrever? Que tipo de linguagem utilizar? Os textos jornalísticos gozam de uma identidade muito própria que permite identificá-los a um simples olhar entre muitos outros documentos. Tal identidade consegue-se observando as regras de produção da notícia, mas também mediante um emprego cuidadoso da linguagem, que é o que virá a conferir à peça o seu estilo.

A linguagem jornalística deve ser clara, precisa, concisa<sup>5</sup>, ritmada e com vivacidade. A clareza deriva da utilização de frases curtas; do uso preferencial de uma ideia por frase; de um rigoroso encadeamento lógico entre as ideias explanadas no texto; e de uma utilização *económica* da linguagem: preferir as palavras mais curtas, e o número mínimo destas necessário a veicular a informação sem perda de conteúdo informativo. Depois, só pode escrever claro quem tem ideias claras sobre o assunto em causa, e estas obtêm-se procedendo de forma rigorosa à recolha da informação. Para o jornalista, não podem subsistir dúvidas àcerca do assunto que está a noticiar.

A precisão prende-se com o rigor semântico na utilização da linguagem, que deverá ser ultra-cuidado. Muitas vezes, na pressa de escrever, e embalado por certos automatismos, o jornalista esquece, por exemplo, que “dizer”, “afirmar”, “defender”, “denun-

---

<sup>5</sup>“Claro, preciso e conciso” eram os adjectivos que o jornalista Costa Carvalho, de quem fui aluna, utilizava para caracterizar o estilo da linguagem jornalística, no seu excelente manual “O Mundo na Mão”. Infelizmente a citação e atribuição de créditos não pode passar daqui já que os dois volumes que compunham esse manual desapareceram completamente de circulação, e nem nas bibliotecas públicas foi possível localizar exemplares.

ciar”, “contar” – não significam rigorosamente a mesma coisa, nem podem ser aplicados indistintamente. Quando uma palavra é utilizada com precisão no interior de um texto, ela não é intermutável, nem pode impunemente ser substituída por outra. Uma outra vertente da precisão tem a ver com a riqueza de pormenores, a completa identificação das fontes, a descrição precisa das coisas narradas. É preferível dizer “corveta” a barco; “Range Rover” a jipe; “kalashnikov” a arma de fogo.

Também ligada à clareza está a concisão da linguagem: se uma informação puder ser transmitida em quatro palavras, não se utilizam seis; e se puder sê-lo em duas, não se utilizam quatro. Afinal, não são precisas muitas mais para dizer que começou a III Guerra Mundial.

Finalmente, e induzida pelo apuro semântico e concisão, a escrita jornalística é ritmada, e as frases, necessariamente curtas, evoluem com vivacidade e com brilho – algo que tiram tanto da forma como do conteúdo – contrastando absolutamente com a prosa monocórdica e soporífera que a inversão destes termos se arrisca a produzir.

A língua é para o jornalista o que a enxada é para o agricultor – um instrumento de trabalho – e precisa dominá-la perfeitamente, e aperfeiçoar esse domínio ao longo do tempo. Ortografia, gramática, e pontuação empregues com correcção são imprescindíveis ao trabalho jornalístico. Mas não só. Sem prejuízo do que foi dito àcerca da clareza e concisão, o jornalista deve utilizar um vocabulário rico; preciso, mas não rebuscado; e escrever com ritmo, imaginação e originalidade. A simplicidade é, por vezes, de todas as formas, a mais trabalhosa de atingir.

## 8.2 Como escrever

Para além das precisões gerais a imprimir ao estilo, algumas medidas práticas podem ser atendidas no sentido de o melhorar, uni-

formizar a escrita da publicação, e não cometer erros jornalísticos. São elas:

1. Não começar parágrafos sucessivos com a mesma palavra;
2. Nem utilizar repetidamente as mesmas estruturas frásicas;
3. Não repetir palavras no interior de uma frase ou de um mesmo parágrafo;
4. Não permitir a utilização de expressões, palavras e construções sintáticas com sentidos duplos ou dúbios. “Navio português entrava no Porto navio espanhol”<sup>6</sup>.
5. As rimas, repetições e cacofonias produzem invariavelmente um efeito desagradável. Este aspecto recomenda atenção especial, já que é o tipo de coisa que pode suceder aos melhores: “Alma minha gentil que te partiste” poetava Camões.
6. Na escrita jornalística é proibida a utilização da primeira pessoa. Mesmo descrições, ou transes, pelos quais o jornalista passou, e que contaria de ordinário na primeira pessoa, deverão ser descritos de forma impessoal.
7. Os verbos deverão ser colocados preferencialmente na voz activa, preferindo-se os de movimento aos que exprimem estados – imprimirão maior ritmo e dinamismo à frase.
8. Em regra o tempo verbal por excelência utilizado nas notícias é o presente do indicativo; de tal forma que pode e deve mesmo utilizar-se também para referir o passado ou futuro próximo.
9. O vocabulário será preciso e muito rico, empregue sem cair na pedanteria ou exibicionismo.

---

<sup>6</sup>Exemplo muito feliz retirado de Silva Araújo, op. cit.

10. Descrever com pormenor, não suprimir informação, e enriquecer o trabalho com um grande número de factos desta ordem é perfeitamente compatível com tudo o que já foi enunciado. Imperdoável só mesmo gastar rios de palavras para nada dizer.
11. Aspecto fundamental da precisão e rigor é uma correcta identificação das fontes<sup>7</sup>.

11.1 As fontes não identificadas serão excepção, excepção essa que deverá ser discutida com a direcção ou chefias. E mesmo quando tal suceda, deverão ser determinadas com o máximo de precisão possível. “Um elemento da tripulação do Sagres” é melhor que “fonte ligada ao projecto”; “um dos elementos presentes na reunião”, é preferível a “fontes próximas de S. Bento” – tais determinações são importantes, conquanto se preserve a identidade que se acordou preservar.

11.2 No caso de o jornal estar a utilizar fontes duplas, deverá citá-las sempre. “Mário Soares, em declarações à Rádio Comercial, reconheceu entretanto que...”

11.3 Num determinado órgão, as fontes deverão ser identificadas coerentemente, obedecendo sempre às mesmas regras. Uma das formas possíveis de o fazer é utilizar o nome completo da primeira vez que uma pessoa é nomeada, e a partir daí tratá-la pelo primeiro e último nome.

11.4 Deverão ainda ser claramente nomeadas determinações como o cargo que ocupa ou a sua idade, se, no âmbito da notícia, falar em alguma qualidade especial.

11.5 Nomear as fontes que são figuras públicas pelo nome pelo qual são mais conhecidas. O director dos Servi-

---

<sup>7</sup>É evidente que ela também se recomenda por motivos éticos. Mas no caso dos muito jovens estagiários, verifica-se que muitas vezes não conseguem identificar completa e correctamente uma fonte não porque esta se recusasse a fazê-lo, mas por pura inexperiência.

ços Académicos da UBI, por exemplo, de seu nome Carlos Alberto Melo Gonçalves; deverá ser identificado como Carlos Melo, e não Carlos Gonçalves – este último um perfeito desconhecido para a generalidade da Academia.

11.6 No caso de se estarem a noticiar fatalidades, acidentes, ou actos heróicos protagonizados por desconhecidos, a identificação das fontes deve conter o máximo de dados possíveis: nome, idade, profissão, estado civil, nacionalidade e residência.

11.7 Os graus académicos e honoríficos só se utilizam na identificação das fontes quando estas falarem com o jornal nessa qualidade, e portanto o título for uma informação noticiosamente relevante: o engenheiro que comenta um desabamento de terras numa obra; o médico que fala da contaminação de um bloco operatório; ou o arquitecto que comenta o embargo de uma obra pela Câmara Municipal. Nestes casos, a fonte é identificada apenas uma vez: “António Pedro, engenheiro dos serviços técnicos da Câmara Municipal da Covilhã..... de acordo com António Pedro...na opinião daquele técnico camarário”.

12. Devem evitar-se certas redundâncias algo ridículas, como a expressão “fontes bem informadas” – afinal que jornalista utiliza fontes que não estão bem informadas?
13. É necessário identificar rigorosamente os lugares de onde se fala – eles podem ser óbvios para o jornalista, mas não para quem lê o jornal em Paris ou no Congo. Por isso, são totalmente desadequadas expressões como “nesta universidade”, “aqui”, “nesta cidade”, “neste País” – neste País é o país onde o leitor se encontra nesse momento, e é impossível prever qual seja.
14. As identificações geográficas exigem uma medida de bom senso: basta dizer Porto, Lisboa ou Setúbal para estes locais

serem correctamente identificados; mas não no caso de terras pequenas ou pouco conhecidas: “Torrozelo, uma aldeia da Covilhã” – além de que a toponímia em Portugal é traiçoeira e há nomes que se repetem obsessivamente de norte a sul do País. Celorico tanto pode ser da Beira como de Basto; aldeias do Bispo existem pelo menos uma boa meia dúzia...

15. As datas incorporadas nas peças jornalísticas reportam-se sempre à data do cabeçalho do jornal, de forma que, num diário, por exemplo, hoje é ontem, ontem anteontem, e amanhã hoje. No caso de um semanário, amanhã é o dia a seguir à saída do semanário, e esta data até pode estar a uma semana de distância do dia em que o jornalista escreve.
16. O uso dos artigos definidos (o, a, os, as) deve ser exclusivamente reservado para referir assuntos já conhecidos do público ou para indicar implicitamente exaustividade. “Greve da CP paraliza acessos a Lisboa”; mas “Foi desconvocada a greve da CP que ontem instalou o caos nos acessos à cidade de Lisboa” – a greve já é do domínio público, sendo notícia não a greve, mas o facto desta ter terminado. “As viagens-fantasma dos deputados” é um título que indica que o jornal falará exaustivamente de todas as viagens-fantasma que se apurou terem os deputados feito. “Viagens-fantasma sob investigação” um título que indica que a PGR continua a investigar o assunto, e que o jornal não dispõe da totalidade da lista.
17. Salvo por vezes em citações, nunca se utilizam artigos definidos junto de nomes próprios, por duas ordens de razões: se o jornalista de facto conhece intimamente a personagem, está a excluir deliberadamente o leitor; se não conhece e se lhe refere dessa forma é bacoco. Depois, o emprego de artigos definidos desta forma é também uma maneira de trazer à enunciação o enunciador; ora um dos primeiros deveres

do jornalista é apagar-se deliberadamente face ao acontecimento.

18. São desadequadas, e estão perfeitamente em desuso, a utilização, em textos escritos, de expressões como “a uma pergunta nossa”, “disse ao repórter”, “disse à nossa reportagem”, “perguntamos”, “inquirido sobre” – se temos a resposta, é evidente que foi perguntado e respondido.

### **8.2.1 Simplicidade e originalidade**

A escrita jornalística deve primar pela simplicidade, sem abdicar da originalidade. Simplicidade porque um dos objectivos de quem informa é, necessariamente, atingir a faixa mais alargada de público possível e assim, idealmente, seria desejável que um mesmo texto pudesse ser lido por um cientista e um pescador, e ficassem igualmente bem informados. Por outro lado, a rapidez da vida quotidiana também não convida, mesmo o leitor culto, a aventurar-se em enunciados intrincados – que por vezes pouca informação têm para dar – ou à decifração de charadas e enigmas.

Simplicidade significa rapidez e eficiência na transmissão de informação, mas não facilidade nem simplismo. É difícil produzir textos com estas características, e especialmente produzir textos simples, mas precisos e rigorosos, que tratam de assuntos complexos. A falta de simplicidade numa notícia é um defeito que pode dever-se ao facto do jornalista pura e simplesmente não conseguir dominar a complexidade da matéria que transmite, a insuficiência vocabular, ou, pior ainda, a um certo narcisismo que o leva a exhibir as preciosidades do seu intelecto, à boleia de uma notícia qualquer.

Há mil e uma maneiras de cultivar a simplicidade, e tal significa que se pode fazê-lo sendo original, quer através da utilização da linguagem, quer através da perspectiva pela qual o assunto é encarado, e da forma que se escolhe para contar uma história.

### 8.2.2 Estrutura das frases

As frases, na linguagem jornalística, devem ser curtas, pouco complexas, veiculando preferencialmente apenas uma ideia. Claro está que a construção gramatical que segue a ordem sujeito-predicado-complemento não é a única que pode ser utilizada, mas dá geralmente bons resultados. Agora, orações como as que em tempos idos se dividiam nos Lusíadas é que são absolutamente desadequadas num jornal. Também não vale a pena poupar nos pontos finais, construindo frases intermináveis, com muitas orações intercalares. Sempre que chegar ao fim de uma ideia, faça ponto e inicie outra frase.

### 8.2.3 Adjectivação

Devido às características da linguagem jornalística, os adjectivos devem ser utilizados com extrema parcimónia e, nas notícias, quase sempre podem ser suprimidos sem prejuízo de maior. Quando não, devem ser preferidos os adjectivos descritivos – que indicam estados – aos valorativos – que emitem juízos de valor.

Sub-capítulo da adjectivação é a necessidade de vigiar o emprego de palavras com carga ideológica, política ou étnica que possam indiciar juízos de valor em relação aos acontecimentos. Mesmo que não sejam adjectivos, pela conotação de que estão imbuídos, também adjectivam. É profundamente incorrecto designar as pessoas por elementos não neutros: o cigano, o monhé; afinal, também não se diz: o vendedor ambulante branco e português dos quatro costados.

Além disso, em geral, os advérbios e adjectivos, são dispensáveis na notícia, porque este género habitualmente não se alonga em descrições.

### 8.2.4 Verbos

Os verbos devem ser utilizados preferencialmente no presente do indicativo, mesmo quando se referem a um futuro próximo. Ver-

bos de acção e movimento constroem frases mais fortes, mas é necessário muito cuidado relativamente à carga semântica que comportam: “dizer” não é o mesmo que “denunciar”, “acusar”, ou “revelar”.

O tempo por excelência da notícia é o presente do indicativo, por vezes o passado. Por esta razão, o condicional só deve ser utilizado em casos especiais: é um tempo que inspira no leitor dúvida quanto aos factos ou à credibilidade da fonte, e por isso só se utiliza quando o jornalista pretende marcar precisamente essa dúvida. Ora tal procedimento só é admissível em casos excepcionais, pois os jornais não noticiam dúvidas, boatos ou rumores.

### 8.2.5 Muletas linguísticas

Demasiadas vezes, para promover a ligação entre frases, parágrafos, ou mesmo assuntos, os jornalistas socorrem-se de *muletas linguísticas*, de que são exemplos as expressões “por outro lado”, “com efeito”, “aliás”, “efectivamente”, “entretanto”, “recorde-se que”. Não que o seu uso seja proibido, mas o abuso arrisca tornar os textos pesadamente cinzentos e anormalmente uniformes. Na maioria dos casos, tais expressões são simplesmente supérfluas, e se eliminadas do texto verifica-se que não fazem lá falta alguma, nem alteram o seu sentido.

### 8.2.6 Repetições

Mais do que em qualquer outro tipo de escrita, na linguagem jornalística devem evitar-se as repetições, que tornam os textos pesados e perturbam o ritmo. Tal far-se-á quer recorrendo a sinónimos, quando for imprescindível designar muitas vezes o mesmo objecto ou entidade: “Câmara”, “autarquia”, “edilidade”; quer, no caso de pessoas, designando-as alternadamente pelo nome, cargo ou função que ocupam, idade, ou qualquer outra característica pertinente no caso em apreço.

### 8.2.7 Lugares comuns

São uma sequela das *muletas linguísticas*, mas de consequências ainda mais danosas para a prosa do jornalista. O pior é que o *cliché* ou lugar comum manifesta capacidades adaptativas que suplantam as de qualquer vírus conhecido. Uma coisa torna-se lugar comum quando exaustivamente repetida, nas mesmas circunstâncias, de forma que a lista do início do século já nada tem a ver com a que poderíamos publicar hoje, e muitas vezes estas modas espalham-se de forma epidémica numa dada região – de tal modo que o que é um estafadíssimo e irritante lugar comum na Beira Interior, não o seria por exemplo em Leiria. Exemplos de lugares comuns universais são “o esférico”, “rematou à figura”, “espectáculo dantesco”, “soldados da paz”, “abnegada mãe”, “opíparo repasto”, “violento incêndio”, “pasto de chamas”, “aparatoso acidente”. Lugares demasiado comuns em algumas rádios desta região são “palavras ditas”, “candeias às avessas”, “já se sabe”, “polémicas instaladas”, entre outros.

Como os lugares comuns, como aliás as gralhas, aparecem nos sítios mais insuspeitos, pousando onde menos se espera, o melhor profiláctico é mesmo a vigilância atenta.

### 8.2.8 Queísmo

É uma falha que ataca os profissionais que escrevem frases demasiado longas – aqueles, precisamente, que economizam no ponto final. Constroem então frases mostruosas, com ligações improváveis efectuadas mediante o abuso da partícula “que”, promovendo o desagradável e inestético “queísmo”.

# Capítulo 9

## A pontuação

O uso correcto dos sinais de pontuação<sup>1</sup> é fundamental para a produção de textos jornalísticos claros e precisos, já que o significado e portanto a interpretação correcta de uma frase dependem muitas vezes da qualidade e oportunidade da forma como é pontuada.

Também a concisão, outra das características e qualidades que um texto jornalístico deve ter, depende do uso adequado dos sinais de pontuação. Um texto padrão utiliza frases curtas, orações directas; e corta os parágrafos de forma cirúrgica, proporcionando a construção por blocos que tantas vantagens pode trazer à notícia.

O texto jornalístico deve ser rapidamente acessível ao leitor de cultura média. Para tal é importante, entre outros factores, evitar ambiguidades, duplas interpretações ou sentidos dúbios: a linguagem jornalística deve ser unívoca, para que possa esclarecer o leitor em vez de semear a dúvida no seu espírito, ou, pior ainda, induzi-lo em erro. E essas duas coisas podem decorrer apenas do mau uso da pontuação.

A este respeito, são excelentes os exemplos apontados por

---

<sup>1</sup>Segue-se aqui de perto o que sobre este tema dizem Celso **Cunha** e Lindley **Cintra**, 1993, *Breve Gramática do Português Contemporâneo*, Ed. Sá da Costa, Lisboa, pp. 429-434.

Silva Araújo no seu manual de Jornalismo<sup>2</sup>. “Maria, tomando banho, na água quente, sua mãe, por obséquio diz: traz água fria” e “Maria, tomando banho na água quente, sua. Mãe, por obséquio – diz – traz água fria.” são frases lexicalmente idênticas mas, devido à pontuação, com sentidos totalmente distintos. É também o caso do conhecido “Morra Salazar. Não faz falta à Nação” e “Morra Salazar? Não!! Faz falta à Nação”.

A pontuação serve para reproduzir, quando lidamos com a forma escrita, os movimentos, as pausas, entoação e ritmo da linguagem falada. Parte da descodificação de uma enunciação depende de aspectos de pragmática que qualquer falante treinado sabe perfeitamente interpretar. A pontuação destina-se a surpreender os recursos pragmáticos da enunciação na linguagem escrita, fornecendo a “boa leitura” de entre todas as possíveis a que um texto se presta.

Os sinais de pontuação dividem-se entre aqueles que se destinam fundamentalmente a marcar as pausas:

- a vírgula ( , )
- o ponto e vírgula ( ; )
- o ponto final ( . )

A vírgula marca pausas de pequena duração, e emprega-se para separar os elementos de uma oração, orações de um só período; separar orações coordenadas, e isolar orações intercaladas.

O ponto e vírgula é um sinal que serve de intermediário entre a vírgula e o ponto, podendo aproximar-se mais de um ou de outro de acordo com o tipo de pausa que representa no texto. Utiliza-se, num período, para separar orações da mesma natureza com alguma extensão; para separar partes de um período das quais uma esteja subdividida por vírgula; e para separar itens de enumerações.

---

<sup>2</sup>Araújo, Domingos Silva, 1988, *Vamos falar de Jornalismo*, Direcção-Geral da Comunicação Social, Lisboa, p. 66 e ss.

O ponto assinala a pausa máxima da voz depois de um grupo fónico. Emprega-se para indicar o termo de uma oração declarativa; períodos que se sucedem uns aos outros na mesma linha; e períodos que encerram uma ideia ou raciocínio, caso em que se deixa o resto da linha em branco e se continua o texto na linha seguinte: é o ponto parágrafo.

Representando valores melódicos, é possível utilizar correctamente a pontuação de forma intuitiva. Celso Cunha e Lindley Cintra sintetizam da seguinte forma as características melódicas dos sinais de pausa: “O ponto corresponde sempre à final descendente de um grupo fónico; a vírgula assinala que a voz fica em suspenso, à espera de que o período se complete; o ponto e vírgula denota em geral uma débil inflexão suspensiva, suficiente, no entanto, para indicar que o período não está concluído”<sup>3</sup>.

O segundo grupo de sinais de pontuação compreende aqueles que se destinam a marcar o ritmo, melodia e entoação do enunciado:

- dois pontos ( : )
- ponto de interrogação ( ? )
- ponto de exclamação ( ! )
- reticências ( ... )
- aspas ( “ ” )
- parênteses ( ( ) )
- travessão ( – )

Os dois pontos empregam-se para anunciar: uma citação; uma enumeração; uma síntese; um esclarecimento, ou uma consequência do que foi anunciado.

<sup>3</sup>Celso **Cunha** e Lindley **Cintra**, 1993, *Breve Gramática do Português Contemporâneo*, Ed. Sá da Costa, Lisboa, p. 434.

O ponto de interrogação utiliza-se no final de uma pergunta directa para assinalar o seu carácter interrogativo. Nas notícias e títulos de jornal deve, sempre que possível, evitar-se a sua utilização. O jornal afirma acontecimentos positivos, não noticia não-acontecimentos, nem serve para espalhar dúvidas, rumores ou insinuações. Utiliza-se pois sobretudo nas questões das entrevistas pergunta-resposta, e sob a forma de citação, para dar corpo às declarações de uma fonte.

O ponto de exclamação serve para diferenciar os enunciados de entoação exclamativa, empregando-se depois de interjeições, apóstrofes, ou do imperativo. Tratando-se de um sinal de pontuação que veicula ordens ou uma forte carga emotiva nunca deve ser utilizado pelos jornalistas em textos noticiosos ou respectivos títulos, excepto se se tratar de uma citação.

As reticências empregam-se fundamentalmente para reforçar o valor de uma interrogação; quando se quer mostrar que uma enumeração não está completa; ou para deixar em suspenso algo que não foi dito mas apenas implicado. É bem de ver, dadas as características da escrita jornalística, que o seu uso se reveste de carácter excepcional, devendo, sempre que possível, evitar-se a sua utilização. É importante, também não confundir as reticências com o sinal tipográfico de três pontos, apresentados entre parênteses – (...) – que se utilizam para indicar que foram suprimidas palavras numa citação.

As aspas, no *Urbi et Orbi*, utilizam-se exclusivamente para marcar o início e o fim de citações. Nas restantes situações que poderiam implicar o seu uso – para marcar estrangeirismos ou ironia – deve optar-se por outras soluções tipográficas.

Os parênteses utilizam-se para intercalar num texto indicações acessórias. Na escrita jornalística devem, em regra, ser evitados, substituindo-se por travessões. A excepção são as nomeações de siglas, que devem, a primeira vez que são mencionadas num texto, sê-lo por extenso, seguindo-se a sigla entre parênteses. Desta forma, daí por diante, pode utilizar-se apenas a sigla no decurso desse mesmo texto. Por exemplo: “A Organização

Mundial de Saúde (OMS) revelou dados preocupantes relativos às doenças infecto-contagiosas nos países do terceiro mundo (...). Segundo o relatório da OMS os grandes laboratórios da indústria farmacêutica têm bloqueado a produção maciça de vacinas...”

O travessão emprega-se para indicar, nos diálogos, a mudança de interlocutor; ou para isolar, num determinado contexto, palavras ou frases, correspondendo aqui, grosso modo, aos parênteses, aos quais deve ser preferido visto ser graficamente menos agressivo. Também pode utilizar-se o travessão para destacar, com grande ênfase, a parte final de um enunciado.



# Capítulo 10

## Convenções tipográficas

### 10.1 Caixa alta ou baixa?

Caixa alta e caixa baixa são as expressões utilizadas em gíria para referir palavras grafadas, respectivamente, com maiúscula ou com minúscula inicial. Há razões históricas para o nascimento de tais expressões. No tempo em que os jornais eram compostos a chumbo os tipógrafos, quando compunham as páginas, tinham junto de si caixas de madeira contendo os caracteres necessários ao seu trabalho, sendo que as letras minúsculas, mais utilizadas, ficavam numa prateleira inferior em relação às maiúsculas. Donde, a maiúscula de um carácter encontrava-se na caixa alta, e a respectiva minúscula na caixa baixa.

É da máxima importância a determinação daquilo que, num jornal, é caixa alta ou caixa baixa, não só por razões de uniformidade no estilo da publicação, mas também porque está associado ao uso da caixa alta uma forte conotação simbólica, e todo o leitor, ainda que inconscientemente, é sensível a essas marcas.

No Urbi et Orbi, grafam-se em caixa alta:

- As palavras País, Nação, Hino, Governo e Presidente da República, quando tais palavras se reportam a Portugal. Assim, escreve-se “o Presidente da República faz hoje uma

comunicação ao País”; mas “Marrocos é um país em vias de desenvolvimento”.

- A palavra Estado se tomado como figura de Direito Público: o Estado Russo; Portugal continua em litígio com o Estado Espanhol devido ao negócio do Tota.
- Os nomes dos órgãos de soberania: Presidente da República, Assembleia da República, Governo, Conselho de Ministros, Tribunal da Relação de Coimbra, Provedoria da República; e ainda as instituições públicas que dependem de tais poderes, como Ministério dos Negócios Estrangeiros, Secretaria de Estado da Cultura, Alta Autoridade para a Comunicação Social, Direcção Geral de Ensino, Comissão de Coordenação da Região Norte. Agora, **muito importante**, à excepção de Presidente da República, que é sempre grafado com maiúscula, o nome das instituições escreve-se com caixa alta, mas não a designação das pessoas que ocupam tais cargos: Ministério da Igualdade, mas: a ministra da Igualdade; Secretaria de Estado da Cultura, mas: secretário de Estado da Cultura, fulano de tal; Direcção-Geral da Educação, mas: o director-geral de Educação; o ministro António Costa e o primeiro ministro António Guterres.
- Os nomes dos partidos políticos e coligações: Partido Social Democrata, Partido Socialista, Os Verdes, Plataforma de Esquerda, Coligação Democrática Unitária.
- Os nomes das instituições da administração local: Câmara Municipal da Covilhã, Junta de Freguesia de Massarelos, Assembleia Municipal de Penamacor.
- Os nomes próprios: José, Maria, João Paulo Mendes, Joaquim Fernandes...
- Os nomes das estações do ano, quando utilizados em sentido próprio e não figurado, caso em que se utiliza caixa baixa. “Chegou o Inverno”, e “quatro risonhas primaveras”.

- Os nomes das corporações policiais, militares ou outras: Polícia de Segurança Pública, Polícia Judiciária, Guarda Nacional Republicana, Guarda Fiscal, Exército, Armada, Marinha, Aviação...
- Os nomes de empresas: Confecções Paulo Oliveira, Malhas Ameal, Fábrica de Chocolates Regina, Radiotelevisão Portuguesa.
- Os nomes de países, incluindo a Indonésia; bem assim como nomes geográficos: Beira Interior, Cova da Beira, Pirinéus, Riff, Ásia Menor, Sahara, Teneré.
- Os nomes dos oceanos e dos continentes: Atlântico, Índico, Europa, América, África.
- Os nomes de factos, e períodos históricos e geológicos: Reforma, Restauração, I Guerra Mundial, Renascimento, Idade Média, Descobrimientos, Quatrocentos, Glaciário.
- Os nomes de cursos superiores, médios, técnicos, profissionais ou outros, bem como as disciplinas ou cadeiras de qualquer nível de ensino. Assim, escreve-se: Licenciatura em Ciências da Comunicação, Desenho Técnico, Técnico de Marketing; mas “aquele licenciado”, “fulano de tal, técnico de marketing”; e ainda Filosofia, Geometria Descritiva, Latim, Física...
- Escrevem-se com maiúscula os nomes de instituições de ensino: Instituto Politécnico da Guarda, Universidade do Minho, Escola C + S de Nave de Haver
- Universidade e Politécnico escrevem-se com caixa alta quando designam, em geral, a instituição universitária. Como no exemplo: “‘A Universidade não pode continuar a sofrer cortes orçamentais’ avisa o CRUP”; mas “Carla dirigia-se à universidade para assistir às aulas da manhã quando o carro que conduzia perdeu os travões”.

- Professor grafa-se com caixa alta para designar um doutorado, podendo ser abreviado – Prof. –, ou com caixa baixa para designar um professor do ensino primário, e neste último caso nunca há lugar a abreviatura.
- Deus grafa-se com caixa alta quando se utiliza para designar o Altíssimo; grafando-se igualmente com caixa alta todas as expressões que se lhe referem, como “então Sebastião viu-O a pousar numa leira”, ou “‘É d’Ele esta força que me anima’, conta o padre Inácio”.
- Os nomes de cargos dentro da hierarquia da Igreja Católica (que é caixa alta quando designa a instituição, e baixa nas outras situações: “Excomungando-o, o Papa expulsou-o da Igreja”, mas “Ana ia à igreja confessar-se”), grafam-se com caixa baixa, excepto Papa, ou suas variações, como Sumo Pontífice, e ainda Monsenhor. Mas padre, diácono, bispo, escrevem-se com minúscula.
- Santa Sé, Cúria Romana, Sínodo, Cabido, Nunciatura, Cúria Diocesana, Tribunal Eclesiástico, Sé, Diocese, Clero, e ainda os nomes das ordens religiosas: Beneditinos, Dominicanos, Jesuítas, Cistercienses.
- Maiúscula levam ainda os nomes dos líderes de outras religiões que não a católica, que possam, por analogia, comparar-se ao Papa: Dalai Lama, Xá,
- Grafam-se com maiúscula os nomes de entidades religiosas como Pai, Filho, Espírito Santo, Virgem, Alá, Paraíso, Inferno, Purgatório, Demónio, Diabo, Anjo, Graça, Mistério, Revelação.
- Nomes mitológicos como Dionísio, Afrodite, Minotauro, Júpiter, Morfeu.

- Cognomes ou apelidos, os quais deverão grafar-se entre aspas, como: Pedro, “O Crú”; “Manitas de Plata” (nome de um músico espanhol); D. Dinis, “O Lavrador”; José “Foqueira” (alcunha de um delinquente).
- Substantivos que pertencem a nomes próprios: Rio Douro, Igreja da Lapa, Museu Soares dos Reis, Faculdade de Letras, Palácio de Belém, Convento de Mafra, Mosteiro da Batalha, Torre dos Clérigos.
- Os nomes de ruas, praças, largos ou lugares: Rua do Covêlo, Travessa Escura, Praça da República, Largo Marquês de Pombal, Jardim Público, Lugar da Freixiosa.
- São igualmente caixa alta os nomes de festas públicas muito conhecidas, religiosas ou profanas: Natal, Páscoa, Carnaval, Ano Novo, S. João, Hannukah
- Designações para certos períodos de tempo dos calendários religiosos: Advento, Quaresma, Ramadão.
- Os nomes de obras literárias, obras de arte e correntes: Memorial do Convento, Os Lusíadas, Os Ciprestes, O Grito, Vénus de Milo, Vitória de Samotrácia, Impressionismo, Romantismo, Simbolismo, Futurismo.
- Os nomes de escolas ou correntes filosóficas: Tomismo, Marxismo, Existencialismo, Pragmatismo, Teoria Crítica.
- As designações de prémios e condecorações: Grã-Cruz da Ordem de Cristo, Medalha de Bronze; Prémio Nobel da Literatura; Prémio Pessoa.

## 10.2 Numerais

- Os números até dez escrevem-se por extenso, e a partir daí utilizam-se algarismos. Exceptuam-se as datas do calendário, as quais se escrevem sempre com algarismos, bem como os números que integrem moradas. Assim: sete anos, uma Branca de Neve, 12 toneladas, 53 litros, 7 de Março, três milhões de contos, 12 milhões de contos
- Empregam-se sempre algarismos para designar a idade das pessoas, bem como as datas do calendário: 6 anos, 54 anos, 23 de Agosto, 4 de Julho.
- As temperaturas grafam-se igualmente com algarismos, sendo que para designar grau, e sinal, não se utilizam os símbolos (+; -) mas escreve-se por extenso: estão 6 graus negativos na serra da Estrela.
- Cem escreve-se sempre por extenso: cem mil escudos, cem anos...
- Escreve-se por extenso: mil, milhar, milhares, milhão, milhões, bilião, biliões; sendo que não podem usar-se de forma composta: não se diz um milhão de milhões, mas sim um bilião.
- Para nomear dinheiro utilizam-se como unidades escudos, milhares de escudos e contos. Assim, diz-se um escudo e não cem centavos; dez escudos e não dez mil réis.
- A numeração romana utiliza-se para designar séculos, monarcas e o papas: Séc. XX, Séc. XII, Frederico I, Afonso IV, João Paulo II, Leão XXIII.
- No caso de eventos, adoptam-se as designações de origem, isto é, aquelas que forem empregues pelos organizadores: V Congresso de Saúde Mental da Beira Interior; 3<sup>a</sup>s Jornadas sobre Pragmatismo; 2<sup>o</sup> Encontro das Ciências da Comunicação; III Colóquio Saber Mais.

## 10.3 Horas

- As horas, quando certas, grafam-se da seguinte forma: 22 horas, 9 horas; sendo preferíveis as expressões meio-dia e meia-noite a 12 horas e 00 ou 24 horas. Quando, além das horas, for necessário indicar também os minutos, escrevem-se da seguinte forma: 22h30; 12h25; 13h42.

## 10.4 Abreviaturas

Por razões de clareza, o uso de abreviaturas será reduzido ao mínimo indispensável. Aplicam-se apenas em casos excepcionais, quando são sobejamente conhecidas, e o uso da expressão equivalente por extenso perturbaria a fluência da leitura.

Podem abreviar-se determinados graus académicos, bem como títulos profissionais: Prof. (para um doutorado); arq<sup>o</sup>, eng<sup>o</sup> – mas não méd., ou jor. para referir um médico ou um jornalista, simplesmente porque não são de uso corrente.

Podem abreviar-se igualmente as designações de pesos e medidas: kms, ha, kg, cm; mas não litros, metros e graus; e mesmo assim só quando tais expressões aparecem associadas a um numeral: “Sortelha dista do Sabugal uns 50 kms”; mas não “as plantações de tabaco estendem-se por kms a perder de vista”.

Século pode ser abreviado quando seguido de numeral romano: “séc. XV”.

Sr. e Sr<sup>a</sup>, Ex<sup>a</sup>, Exm<sup>o</sup>, Exm<sup>a</sup> podem ser abreviados, embora o seu uso só se registe em citações.

As designações de diplomas legais, quando seguidas dos elementos que permitem identificá-los como tal: “DL 189/99”, mas não: “o regime de transmissão de propriedade horizontal passa a reger-se por um novo DL”. “O art<sup>o</sup> 4 da Lei de Bases do Ensino Superior”, mas não “e trata-se de um art<sup>o</sup> especialmente polémico”.

Número pode abreviar-se, por exemplo nas moradas, quando seguidos de um numeral: “Rua da Graça, n<sup>o</sup>3”, ou “Jardel, en-

vergando a camisola nº 11”; mas não “as cheias em Moçambique provocaram um nº indeterminado de mortos”

Fora estes casos, ou na dúvida, o bom senso recomenda que se prescindam das abreviaturas.

## 10.5 Aspas

As aspas servem para, num texto, introduzir em discurso directo as informações prestadas por uma fonte, e são portanto utilizadas em todos os géneros – notícia, reportagem... – excepto na entrevista de pergunta-resposta, onde o discurso do entrevistado já está sobejamente identificado como discurso directo proveniente de determinada fonte.

- Quando se utilizam aspas a seguir a dois pontos, a citação deve iniciar-se em caixa alta, como no exemplo: Descontente, António Soares acusa: “A companhia de seguros está a fugir às suas responsabilidades”.
- Se as aspas são utilizadas no meio de uma frase, a citação segue-se em caixa baixa, como no exemplo: Agora, diz António Soares, “é tempo de trabalhar para reconstruir as casas levadas pelas cheias”.
- Nunca se utilizam aspas para grafar palavras estrangeiras; quando estas tiverem de ser utilizadas, colocam-se em itálico: *overdose* e não “overdose”.
- Também não se utilizam aspas para assinalar que determinada palavra é empregue não em sentido próprio mas figurado, nem para assinalar ironia. Quando o sentido que a palavra toma no texto não for claramente perceptível sem as aspas, então é porque essa opção não é a correcta e deve escolher-se outra palavra. Precisão e rigor são fundamentais na linguagem jornalística.

- Ao introduzir uma citação no decurso de uma frase, é preciso atender à forma de “partir” o texto citado – este deve funcionar, em relação à frase, como uma unidade lógica autónoma. Assim, pode escrever-se: Joaquim Fernandes acredita que “o estacionamento planeado para o novo mercado é claramente insuficiente”; mas não: Joaquim Fernandes acredita “que o estacionamento planeado para o novo mercado é claramente insuficiente”.

## 10.6 Siglas

Para as siglas utiliza-se a designação portuguesa: Sida e não Aids; ONU (Organização das Nações Unidas) e não UN (United Nations).

Ao grafá-las, as siglas não se separam por pontos: UBI, e não U.B.I.; PSP e não P.S.P.

Ao introduzir uma sigla, se esta não for do domínio público – e domínio público quer dizer mesmo muito conhecida (TAP, RTP, Sida) – nomeia-se primeiro por extenso, escrevendo a sigla a seguir entre parênteses; e a partir daí poderá passar a usar-se a sigla sem mais precisões.

É preciso atender, também, que a capacidade de memorização dos leitores é limitada, de forma que não se deve abusar das siglas, construindo parágrafos perfeitamente herméticos que mesmo um profissional treinado teria dificuldade em apreender. Acima de tudo, o leitor quer ser informado com rapidez e eficiência, não dedicar-se à decifração de enigmas. Como no seguinte – e muito exagerado – exemplo, em que o segundo parágrafo é praticamente ininteligível:

“De acordo com a Comissão de Trabalhadores (CT) a Associação dos Profissionais de Turismo Hotelaria e Similares (APTHS) não se esforçou o suficiente para chegar a um acordo com o Conselho de

Administração (CA) pelo que vai ser necessária a intervenção do Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações (MOPTC) no sentido de regularizar a situação, tendo já sido apresentada queixa à Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Segundo a OIT o CA não responde às aspirações do CT por culpa do MOPTC, que falhou as negociações com a APHTS...”

## 10.7 Topónimos estrangeiros

No caso dos topónimos, bem como de outros vocábulos estrangeiros que já integrem a língua, devem usar-se preferencialmente as formas mais aproximadas do português, ou o seu aportuguesamento. Mas sem fundamentalismos, nem exageros. É ridículo escrever **Oxónia** por **Oxford**, ou **em linha** por **on line**; mas **futebol**, e não **football**. É evidente que a lista de topónimos mais comuns que se apresenta é puramente convencional, mas é precisamente por essa razão que deve ser respeitada – ela garante a coerência do produto final. Eis alguns topónimos estrangeiros, e a forma como deverão ser utilizados:

Abijã	Amazonas	Ártico
Abissínia	Amazónia	Ártica
Acapulco	Ambrizete	Ardenas
Adis Abeba	Ambundo	Argel
Adriático	América	Argélia
Afeganistão	Amsterdão	Argentina
Agadir	Anatólia	Arizona
Agrigento	Ancara	Arménia
Aix-la-Chapelle	Andaluz	Ásia
Alabama	Andaluzia	Ásia Menor
Albacete	Andes	Assíria
Albânia	Andorra	Assuã
Alberta	Angola	Astúrias
Álbion	Antártico	Atenas
Alemanha Ocidental	Antártida	Atlas
Alemanha Oriental	Antilhas	Australásia
Alexandria	Antioquia	Austrália
Alicante	Antuérpia	Austrásia
Algeciras	Apalaches	Áustria
Almendra	Apeninos	Ávila
Almeria	Aquitânia	Avinhão
Alpes	Arábia	Azerbaijão
Alsácia	Arábia Saudita	
Alto Volta	Aragão	
Amã	Arkansas	

Baamas	Benim	Bornes
Babilónia	Beócia	Bornéu
Baçorá	Berberia	Bósforo
Bacu	Berlenga	Bósnia
Badajoz	Berlengas	Boston
Baden	Berlim	Botão
Baden-Baden	Bermudas	Botswana
Bagdad	Berna	Brabante
Baía	Besançon	Brandeburgo
Baiona	Betânia	Brasil
Balcãs	Bétis	Brasília
Baleares	Betlém	Bratislava
Báltico	Biafra	Brazavile
Baltimore	Biarritz	Bretanha
Bamaco	Bié	Brístol
Bangladeche	Bielorrússia	Bruges
Banguécoque	Bijagós	Bruxelas
Barbados	Bilbau	Bucareste
Barcelona	Birmânia	Budapeste
Basileia	Biscaia	Buenos Aires
Batávia	Bissau	Búfalo
Batemberga	Bizâncio	Bulgária
Bavária	Bogotá	Burges
Baviera	Bolívia	Burgos
Beirute	Bolonha	Buriti
Belfast	Bombaim	Burkina Faso
Bélgica	Bona	Burundi
Belgrado	Bordéus	Butão
Benguela	Borgonha	Burma

Cabinda	Carolina do Sul	Conacri
Cabora Bassa	Cárpatos	Congo
Cabo Verde	Cartagena	Copacabana
Cabul	Cartago	Copenhaga
Cáceres	Casaquistão	Corcovado
Cádiz	Cáspio	Córdova
Cafarnaum	Cássia	Coreia
Caiena	Castela	Coreia do Norte
Cairo	Castela-a-Nova	Coreia do Sul
Calábria	Castela-a-Velha	Corfu
Calatrava	Catalunha	Corinto
Calcutá	Catânia	Cornualha
Calecut	Catmandu	Córsega
Caledónia	Cáucaso	Costa do Marfim
Califórnia	Cazaquistão	Costa do Ouro
Camarões	Ceará	Costa Rica
Camberra	Ceilão	Cracóvia
Camboja	Cesareia	Creta
Campinas	Checa	Crimeia
Campos Elíseos	Checoslováquia	Croácia
Canaã	Cherburgo	Croácia-Eslovénia
Canadá	Chicago	Cuamba
Cananeia	Chile	Cuando
Canárias	China	Cuando-Cubango
Canaveral	Chipre	Cuango
Candelária	Cidade do Cabo	Cuanza do Norte
Cantuária	Cidade do Vaticano	Cuanza do Sul
Capadócia	Cidade Rodrigo	Cuba
Cápri	Cleveland	Cubango
Cápua	Coblença	Cuíto
Caracas	Cochim	Cunene
Carachi	Cochinchina	Curaçau
Caraíbas	Colômbia	Curdistão
Carcassona	Colorado	Curitiba

Carolina	Colúmbia	
Carolina do Norte	Compostela	

Dabul	Damasco	Dniepre
Dacar	Danúbio	Dniestre
Dácia	Danzigue	Dominicana
Dacota do Norte	Delfos	Dresden
Dacota do Sul	Deli	Dublim
Dalas	Díli	Dusseldórfia
Dalmácia	Dinamarca	

Edelberga	Escandinávia	Estocolmo
Edimburgo	Escócia	Estónia
Éfeso	Eslávia	Estrasburgo
Egeu	Eslavónia	Estugarda
Egipto	Eslováquia	Etiópia
Elba	Eslovénia	Eubeia
Elêusis	Esmirna	Eufrates
Élida	Espanha	Evereste
Emirados Árabes Unidos	Esparta	Extremo Oriente
Eólia	Éssen	
Equador	Éssex	
Eritreia	Estados Unidos	
Eritreu	Estalinegrado	

Federação Russa	Finlândia	Francoforte
Fenícia	Flandres	Francónia
Fez	Florença	Freiberga
Fidji	Florianópolis	Friburgo
Filadélfia	Flórida	Frísia
Finisterra	Formosa	

Gabão	Geórgia	Grécia
Galápagos	Germânia	Grenoble
Gales	Gibraltar	Gronelândia
Gália	Glasgow	Guadalaxara
Galileia	Goa	Guadalquivir
Galiza	Gólgota	Guadalupe
Gâmbia	Gomorra	Guernica
Gana	Gotemburgo	Guiana
Ganges	Gotinga	Guiné-Bissau
Garona	Grã-Bretanha	Guiné-Conacri
Gasconha	Granada	Guiné Equatorial
Gaza	Grande Deserto de Areia	Guipúscoa
Genebra	Grande Deserto Vitória	Gurué
Génova	Grão-Pará	Guzarate

Habsburgo	Havana	Hiroxima
Haia	Havre	Holanda
Haifa	Heidelberg	Honduras
Haiti	Hélade	Honolulu
Halicarnasso	Helesponto	Horne
Hamburgo	Hélicon	Huambo
Hanói	Helsínquia	Hudson
Hanôver	Helvécia	Huelva
Harlém	Herzegovina	Huesca
Havai	Himalaias	Hungria

Ibéria	Inhambane	Irlanda do Norte
Iémen	Insbruke	Irum
Iémen do Sul	Ínsua	Islamabad
Ilinóis	Ipanema	Islândia
Índia	Ío	Israel
Indiana	Iorque	Istambul
Indianópolis	Ipiranga	Ítaca
Índico	Ipres	Itajiba
Indochina	Irão	Itacoatiara
Indonésia	Iraque	Itamaracá
Indostão	Irlanda	Iucatão

Jacarta	Jericó	Jordânia
Jafa	Jérsia	Jordão
Jamaica	Jerusalém	Jugoslávia
Japão	Joanesburgo	Jutlândia
Java	Jónia	

Lacedemónia	Líbano	Lovaina
La Paz	Libéria	Luanda
Lapónia	Líbia	Lubango
Las Vegas	Ligúria	Lubeque
Latrão	Lituânia	Lugo
Laos	Liverpool	Luisiana
Lausana	Livorno	Lunda
Leninegrado	Lobito	Lunda Norte
Lérida	Logronho	Lunda Sul
Lesbos	Lombardia	Lurdes
Lesoto	Lomé	Lusaca
Letónia	Londres	Lusambo
Levante	Lorena	Luxemburgo
Lião	Lourenço Marques	Luxor

Macau	Mântua	Mileto
Macedónia	Maputo	Mindanao
Madagáscar	Mar da Palha	Minesota
Madrid	Mar Morto	Miróbriga
Magdeburgo	Mar Vermelho	Mississípi
Magna Grécia	Marburgo	Missouri
Magrebe	Marquesas	Mitilene
Maine	Marraquexe	Moçambique
Maiorca	Marrocos	Moçâmedes
Malabar	Marselha	Mogadíscio
Malaca	Martinica	Moldávia
Málaga	Mauritânia	Molucas
Malange	Meca	Mónaco
Malásia	Medelim	Mongólia
Malawi	Médio Oriente	Monreal
Maldivas	Mégara	Monróvia
Mali	Melanésia	Montana
Malvinas	Melbourne	Montanhas Rochosas
Manágua	Melilha	Monte Carlo
Manaus	Mênfis	Montenegro
Manchester	Mérida	Montevideu
Mancha	Mesopotâmia	Morávia
Manchúria	Messina	Moscóvia
Mandimba	México	Moscovo
Manila	Micenas	Munique
Mansabá	Michigan	
Mansoa	Milão	

Nagasáqui	Nicarágua	Nova Goa
Nairobi	Nice	Nova Guiné
Namibe	Nicósia	Nova Holanda
Namíbia	Níger	Nova Inglaterra
Nampula	Nigéria	Nova Iorque
Nantes	Nilo	Nova Jérсия
Nápoles	Norfolque	Nova Lima
Nassau	Normandia	Nova Lisboa
Natal	Nortúmbria	Nova Orleães
Navarra	Noruega	Nova Sibéria
Navas de Tolosa	Nova Amsterdão	Nova Zelândia
N'Dalatando	Nova Bretanha	Novo Horizonte
N'Djamena	Nova Caledónia	Novo Hamburgo
Nebrasca	Nova Deli	Novo México
Neerlândia	Nova Escócia	Núbia
Nepal	Nova Friburgo	Nuremberga
Niágara	Nova Gales do Sul	

Oceania	Orão	Osaca
Oclaoma	Oregão	Oslo
Ohio	Orense	Otava
Omã	Oriola	Oviedo
Ontário	Orleães	Oxford
Orange	Ormuz	

Pádua	Paros	Placência
Países Baixos	Patagónia	Plasença
Palença	Peloponeso	Polinésia
Palermo	Pensilvânia	Polónoa
Palestina	Pequim	Pólo Norte
Pamplona	Pérgamo	Pólo Sul
Panamá	Perpinhão	Pompeia
Papua	Pérsia	Pontevedra
Papuásia	Perú	Praga
Paquistão	Perúsia	Pretória
Pará	Petersburgo	Provença
Paraguai	Petrogado	Próximo Oriente
Paraíba	Piemonte	Prússia
Paris	Pirenéus	Punjabe
Parnaso	Pisa	

Quala Lumpur	Quiefe	Quissanga
Quebeque	Quilimanjaro	Quito
Quelimane	Quinxasa	
Quénia	Quioto	

Rabat	Rodes	Rossilhão
Ragusa	Roma	Roterdão
Rangum	România	Rovuma
Reino Unido	Roméia	Ruanda
Reiquiavique	Roméia	Rússia
Riga	Rondónia	

Sabá	Saragoça	Sídnei
Sabóia	Sardenha	Silésia
Saigão	Saxónia	Sinai
Salamanca	Segóvia	Singapura
Salamina	Seicheles	Siracusa
Salamonde	Sena	Síria
Salerno	Senegal	Sófia
Salisburgo	Serajevo	Somália
Salisbúria	Serra Leoa	Sorbonne
Salonica	Sérvia	Sri Lanca
Samotrácia	Seúl	Suazilândia
Sampetersburgo	Sevilha	Sudão
Santander	Sevres	Siécia
Santiago de Compostela	Sião	Suez
Santiago de Cuba	Sibéria	Suíça
Santiago do Chile	Sicília	Suriname

Tadziquistão	Tessália	Toscana
Tailândia	Tessalonica	Trafalgar
Taipa	Tete	Trácia
Taipé	Tetuão	Transilvânia
Tamisa	Texas	Transval
Tanganhica	Tibete	Trento
Tânger	Tibre	Trieste
Tanzânia	Timor Loro Sae	Trópico de Câncer
Tarento	Tirana	Trópico de Capricórnio
Tarragona	Tiro	Tubinga
Tarso	Tirol	Tulherias
Tartária	Tobago	Tunes
Tartesso	Togo	Tunísia
Tasmânia	Toledo	Turim
Tebas	Tolosa	Turíngia
Teerão	Tombuctu	Turquel
Telavive	Tóquio	Turquestão
Tenerife	Tordesilhas	Turquia
Tennessee	Toronto	

Ucrânia	Úlster	Urales
Uganda	Úmbria	Uruguai
Uíje	Upsália	Uzbequistão
Ul	Ur	Utá
Ulisseia	Ural	Utreque

Valhadolid	Vestefália	Volta
Vancôver	Viena	Vosgos
Varsóvia	Vietname	Vratislávia
Verona	Vladivostoque	Vurtemberga
Versalhes	Volga	

Xangai	Xantum	Xetlândia
--------	--------	-----------

Zagrebe	Zambézia	Zelândia
Zaire	Zâmbia	Zimbabué
Zambeze	Zanzibar	Zurique

## Capítulo 11

# O jornal digital – Fazer jornalismo para o novo *medium*

“Agradecemos à imprensa o trabalho desenvolvido ao longo destes últimos 200 anos. Agora adeus.”, é o texto-choque do *spot* publicitário do *Estrella Digital*, o primeiro jornal em suporte exclusivamente digital a surgir em Espanha. Será mesmo adeus? Alguns entusiastas, apoiados pelos resultados de certos estudos, parecem pensar que sim. A questão está longe de ser linear, e os resultados dos estudos que sobre esta matéria têm vindo a lume demasiado contraditórios para permitirem conclusões definitivas. “Newspapers said Monday that reports of their death by internet were greatly exaggerated”, noticiava pela mesma altura a Reuters.

Assim, a par de trabalhos, sobretudo nos Estados Unidos, que avançam números preocupantes relativamente à perda, e seu previsível aumento, de leitores dos jornais tradicionais, em favor dos digitais, outros afirmam, pasme-se, precisamente o contrário.

Duas coisas parecem certas: a indústria pode mudar muito, de formas imprevisíveis, mas não vai desaparecer. Para começar, quem marca neste momento presença nas redes, com jornais, são precisamente as empresas tradicionais, que trataram já, e bem

atempadamente, de reservar um lugar ao sol num mercado cujo potencial de crescimento é enorme, que já é impossível ignorar, mas cujas formas de evolução concreta não podem ainda prever-se.

Em vez de futorologizar, a sensatez recomenda que se atente na história, que esta sim tem dados bem concretos para oferecer. Sempre que surge um novo *medium* os habituais profetas da desgraça profetizam quantos dos antigos *media* estão condenados – e, no entanto, a história prova que, depois de uma breve fase de predação de públicos, estes tendem a estabilizar. O livro, um dos mais antigos meios de comunicação de massas aí está de boa saúde precisamente para prová-lo – sobreviveu aos jornais, à rádio, à televisão, às redes, e, esta bem real e predatória, à ameaça das fotocopiadoras.

A situação assemelha-se muito às eufóricas previsões da década de 80, que garantiam que o futuro estava no asséptico *paperless office*. Na verdade o que se verificou foi precisamente o contrário – os computadores trouxeram uma maior dependência do papel, e os escritórios passaram a produzi-lo em quantidades muito mais significativas que no passado.

Menos papel como se esperava? Não. Mais, mas diferente. Um estudo de finais de 1999 realizado pelo Boston Consulting Group<sup>1</sup> revela que, nos próximos cinco anos, os hábitos de consumo de papel vão continuar a mudar. O *e-mail* poderá provocar um decréscimo no consumo de envelopes da ordem do milhão de toneladas; esperando-se ainda descidas nos impressos, formulários, *fine papers*, papéis de qualidade mais requintada, e nos trabalhos de tipografia. Em contrapartida, até 2003, o consumo de papel de escritório – utilizado nos *prints* domésticos – deverá duplicar. Globalmente a produção e consumo de papel continuará a crescer.

Em sentido semelhante, em relação aos jornais digitais, apontam outros trabalhos. Um estudo encomendado pela Newspaper

---

<sup>1</sup>O estudo envolveu pesquisas nos EUA, Grã Bretanha, França, Alemanha e Japão, responsáveis por mais de 50 por cento do mercado mundial de papel.

Association of America (NAA), entidade que representa mais de dois mil jornais dos Estados Unidos e Canadá concluiu que 82 por cento de *online readers* liam a edição impressa do seu jornal, tantas vezes, ou ainda mais vezes, do que antes de estarem *online*<sup>2</sup>. Cinquenta e um por cento dos consumidores de notícias haviam, nos últimos seis meses, acedido a jornais *online*. Boas notícias para a indústria, especialmente porque entre as conclusões da NAA se confirma que a confiança no produto e o valor que lhe é dado continua intimamente ligado à reputação e ao *brand name* do jornal, um capital de valor inestimável que não é destruído pelo simples aparecimento de uma nova tecnologia.

Atenta, a indústria esforça-se agora por explorar sinergias e complementaridades entre os dois *media*, e não perder a dianteira nas novas áreas de negócio entretanto surgidas. John Sturme, presidente da NAA, comenta o estudo, garantindo que “the internet is one of the few media to come along that provide a perfect partnership for traditional newspapers. It’s a natural extension of our business, giving newspapers the space, immediacy and expanded audience that flow so nicely from the printed product. This study demonstrates not only the success newspapers have had in leveraging the internet, but also the tremendous potential that *online* represents”<sup>3</sup>.

Simbiose, e exploração das complementaridades e potenciais pode muito bem ser o futuro. Nada indica que os jornais na versão *ink-stained* venham a desaparecer. Poderão transformar-se, adaptando-se – e isso muitas vezes implica custos materiais e humanos, mutações e sobrevivência dos mais aptos – mas permanecerão também nesse formato. E os digitais – que presentemente marcam sobretudo lugar, mas deverão nos próximos anos entrar em fase de rendibilidade, nomeadamente através dos classifica-

<sup>2</sup>Quinze por cento dos utilizadores afirmaram ler menos frequentemente a edição impressa dos jornais a que acedem online; 8 por cento passaram a lê-la mais; a grande maioria, 74 por cento, afirmou que a leitura de publicações digitais não alterou em nada os seus hábitos de consumo de jornais tradicionais.

<sup>3</sup>In Wired News, “Newspapers Ding the Web”.

dos, publicidade, e oferta de serviços pagos – conquistarão o seu lugar ao sol.

São muitas as vantagens de um jornal impresso. Em primeiro lugar, não se pode falar de *dumping*, mas a verdade é que o custo da maioria – entre os 100 e os 400 escudos – não oferece grandes lucros em relação ao papel e a tinta oferecidos ao consumidor. Portanto, tal como os digitais, é um produto que não incorpora o real custo de produção. A consequência é que fazer *home printing* da totalidade, ou mesmo só metade de um jornal digital, sai muitíssimo mais caro do que comprar a versão impressa.

Esta, por seu turno, é mais facilmente transportável e manuseável; leva-se para a praia, o café, o autocarro, o emprego. O jornal de papel continua a ser – por muito que a velocidade dos processadores e a largura de banda das redes se velocize, de consulta mais rápida que um jornal digital. A leitura em frente a um monitor é também mais difícil, e susceptível de produzir cansaço visual.

Intervém ainda para o sucesso dos jornais de papel razões de ordem afectiva e sentimental. O papel cheira bem. O papel suja as mãos. O papel serve para embrulhar sardinhas e castanhas. Pode ser lido ao pequeno almoço, num jardim, na praia ou num sofá em desalinho. Folheado, sublinhado, recortado, emprestado e relido.

Os digitais também têm os seus argumentos, e um potencial enorme em matéria de novidades. São interactivos, permitindo reagir imediatamente às notícias publicadas, ou contactar directamente, por *e-mail*, a maioria dos autores dos textos. As peças podem, por *hiperlinks*, remeter directamente para artigos relacionados, arquivo, ou *background* dos dados fornecidos. Possibilitam a realização de inquéritos *on-line* – que, não tendo valor propriamente científico, são todavia um meio de tomar o pulso aos leitores da publicação. Podem organizar debates, dossiers, temas de discussão sustentados por *mailing-lists* e canais de IRC. Muitos possuem arquivos *online*, e mesmo motores de busca capazes de aceder a todo o espólio digital. O *webcasting* permite a selecção e entrega personalizada de notícias. A busca de em-

prego, casa ou carro nos classificados pode ser acelerada através de motores de pesquisa. Além disso, a publicidade pode ser inserida de forma a que não possa ser ignorada pelos utilizadores, ao contrário do que sucede por exemplo na televisão, que, mau grado o dot, ainda não sabe muito bem como lidar com o *homo zappiens*. Impressão e distribuição, actividades caras e morosas, são, nas publicações digitais, coisa do passado.

Tudo isto já está em curso, e nalguns jornais todos estes meios disponíveis simultaneamente. Mas muito mais se adivinha. Não são destituídas de fundamento as visões que antecipam a fusão do telefone, *hi-fi*, vídeo, televisão e computador pessoal num único electrodoméstico. E os jornais digitais serão os primeiros, ainda antes do nascimento do novo *hardware*, a antecipar esta convergência, nomeadamente através dos privilégios concedidos à imagem, do aumento da interactividade, da introdução de vídeo e áudio *clips*, e da possibilidade de transmissão de vídeo em tempo real.

E o fundamental é que, mesmo com a aquisição de meios multimédia, e com a convergência de recursos que antes pertenciam exclusivamente a outros *media*, as publicações digitais não deixarão de ser jornais.

Sturm tem mesmo razão: a internet, em relação aos jornais, é o *medium* da perfeita complementaridade. Porquê? A passagem das rádios e das televisões à internet, à parte a globalização, não traz nada de novo – continuam a apresentar-se tal e qual como antes, e a imediatidade que a *net* possibilita aos jornais é um recurso de que estes *media* já antes gozavam. Não há nenhuma diferença entre uma emissão de rádio tradicional, e uma transmitida pela internet, e quando a houver – um produto não exclusivamente sonoro, por exemplo – deixaremos de estar perante uma rádio.

O caso dos jornais é radicalmente diferente. A estes, a internet permite a incorporação (pilhagem) de todos os recursos antes exclusivos das rádios e televisões – pela inclusão de som e imagem em movimento – sem com isso perderem a sua identidade, isto é, deixarem de ser jornais. A *net* acrescenta aos jornais acidentes

novos e cheios de potencial, sem contudo tocar a sua essência: a de um *interface* que não prescinde do texto para apresentação do material noticioso que tem para oferecer. E vão levantar-se prementes questões de identidade e definição no futuro. O *site* da CNN é uma televisão? Dificilmente. É um *site*, mas que se assemelha muito mais a um jornal que a qualquer outra coisa.

E se pretendem ser os jornais a explorar esta fantástica complementaridade, será nestes que, em primeiro lugar, se produzirão mutações em termos de produto. É previsível que as formas de apresentação, e mesmo a escrita, vão sofrer alterações significativas. Como se escreve uma notícia que está acompanhada por um *clip* áudio, ou vídeo? A complementaridade é certamente diversa da que os textos gozavam junto da fotografia. Em termos cognitivos, qual a lógica e ordem de apreensão do novo produto? Que alterações vai sofrer a escrita jornalística? Que protocolos de apresentação surgirão entretanto?

Os jornais digitais de informação geral começaram por ser transposições dos textos e imagens, da versão impressa para a internet. Rapidamente, porém, trataram de enriquecer-se com outros serviços: subscrições *online*, inquéritos, arquivos de edições passadas, correio dos leitores. Não é inocente que hoje, o grosso das cartas dos leitores publicadas na versão *ink-stained* por um diário de grande tiragem como o Público – verificando-se expressões mais modestas disso também nos jornais regionais – sejam recebidas por *e-mail*. O sistema é rápido, barato, extremamente fiável, e está acessível a um número cada vez maior de leitores.

Com o surgimento de jornais diários exclusivamente digitais, de que são exemplos o *Estrella* e o *Diário Digital*, já não há um modelo prévio que, até por razões de economia, possa ser transposto *ipsis verbis* para o seu mais modesto sócia na internet. Os jornalistas de tais órgãos de comunicação escrevem exclusivamente para a sua publicação digital, e poderão rapidamente encontrar formas de o fazer melhor do que a comum apresentação dos jornais tradicionais. A verdade é que se poderão vir a fazê-lo, ainda não o fizeram: tais publicações não representam para

já inovações de monta nem modelos de ruptura com as formas tradicionais de fazer jornalismo, que continuam como matriz do material produzido. O que não significa que o novo *medium*, a internet, não esteja a ter profundo impacto no trabalho diário dos jornalistas.

## 11.1 A internet e a profissão de jornalista

Se ainda não existe propriamente uma *escrita digital*, também é certo que o novo *medium* já revolucionou a forma como os jornalistas trabalham, e hoje não é mais possível a nenhum profissional ignorá-lo.

Em primeiro lugar a internet constitui-se como fonte privilegiada de consulta para o *background* dos mais variados temas. Hoje a informação é verdadeiramente global, e as limitações que se prendiam com meios periféricos e aspectos de distribuição, inexistentes – é possível aceder ao site da CNN, mas também a jornais da remota cidade da Guarda, ou do Nordeste brasileiro. O uso maioritário do inglês, e os programas de tradução, como o *babel-fish*, um dos primeiros a surgir, ajudam a torner as dificuldades da língua.

A notícia, atributo divino, tornou-se ubíqua – está em toda a parte, instantaneamente. E a reportagem vive também com mais preemência o preço dessa instantaneidade: é preciso noticiar sobretudo depressa, e eventualmente, se possível, bem. Interessa cada vez mais a velocidade com que os conteúdos são disponibilizados. Os antigos manuais de jornalismo ensinavam aos estudantes a máxima de que “nada é tão velho como jornal do dia anterior”. Agora já não é precisamente assim – podemos muito bem estar a falar da novidade de há poucas horas atrás.

Este desmultiplicar vertiginoso de meios tem sido fascinante para os jornalistas, mas não está isento de perigos. Por um lado, hoje é possível a um único indivíduo, armado de um computador e de um modem e recorrendo ao clássico, mas agora digital, *corta*

*e cola*, produzir um jornal inteiramente sozinho e distribuí-lo para todo o mundo. Dadas as características da rede, não há praticamente meios para detectar um plagiador e apontá-lo<sup>4</sup>. Sobretudo se dominar línguas e proceder a traduções da sua lavra.

E isto levanta questões assustadoras, como a da autenticidade dos conteúdos e, princípio sagrado do jornalismo ocidental, verificação de dados e confirmação da fidedignidade das fontes. A par da democratização dos conteúdos e do livre acesso a muitas fontes, as notícias podem, por esta via, estar mais permeáveis a manipulações ou erros.

O *open source*, que teve o seu parto com o aparecimento do sistema operativo Linux, desenvolvido nas suas grandes linhas mestras por um criador, e depois aberto à comunidade para aperfeiçoamento, finalização, *bug fixing* e criação de software específico, rapidamente fez a sua entrada triunfante em *sites* de áreas muito distintas: da fabricação de dicionários, a *sites* de tremendo sucesso como o *slashdot.org*, que se dedica à classificação valorativa e divulgação de *sites* na internet, e ao *posting* de notícias relacionadas com as novas tecnologias. Há voluntários para trabalhar gratuitamente no negócio dos outros, pode perguntar-se? Numa comunidade com mais de 275 milhões de utilizadores em todo o mundo, dos quais 136 se encontram na América do Norte, para o *slashdot* o drama tem sido seleccioná-los e geri-los.

A questão que muitos hoje colocam, e porque o mundo inteiro parece estar sedento dos seus cinco segundos (já não minutos) de fama – também sou importante: alguém que me escute, por favor – é se o *open source* poderá entrar também no *newsbusiness*, e em tal caso que efeitos teria.

Se as notícias não vierem a transformar-se numa espécie de *talk show* do bizarro, misto de factos com ficção, rumores com

---

<sup>4</sup>Por vezes, anedota ou não, dizia-se in the old eighties que determinados tipos de análise, sobretudo nas áreas da cultura, crítica e espectáculos, eram *inspiradas* por revistas estrangeiras que poucos ou nenhuns, à excepção do autor, liam. E também os estudantes já descobriram o potencial de fornecimento e impunidade do novo *medium*.

revelações, mitos com incontinência verbal, de onde se poderão, no limite, extrair apenas meta-dados de interesse puramente sociológico, então o *open source* não pode fazer carreira no universo das notícias.

Um jornal digital de informação geral – sobre factos reais ocorridos no mundo, testemunhados, comprovados ou averiguados por quem os narra – em formato de *open source* nunca pode ser mais do que uma banca de rumores e boatos, por muitas e excelentes razões.

Em primeiro lugar, torna-se obviamente impossível verificar a credibilidade das fontes. O *site* é vulnerável a todo o tipo de ataques: do mitómano, ao impostor, passando pelo mentiroso compulsivo, até aos profissionais de imagem e de marketing no legítimo cumprimento das suas funções. Fazer notícias exige também alguma preparação, intelectual, deontológica, e prática – presumir possuir tais virtudes não é o mesmo que demonstrá-lo.

Além de tudo isto fazer notícias implica presenciar acontecimentos, o que é sempre dispendioso em termos de logística e requer, as mais das vezes, uma organização burocrática de recatuarda algo rígida. E já que se fala em burocracia, aceder às fontes também é um processo que conhece algumas, incluindo a indispensável credenciação dos jornalistas, e a identificação, sem margem para dúvidas, dos órgãos onde exercem a sua actividade.

Exceptuando restritas áreas tecnológicas, recensões, crítica de arte, *software*, ou cinema – aquelas precisamente onde nenhuma destas condições é absolutamente necessária – e onde parecem estar a resultar alguns projectos de *open source*, o formato não se afigura adequado à transmissão de *hard news*. O jornalismo, como bem se depreende da primeira à última página deste manual, é um artesanato. O maior capital de um jornal, e o único do jornalista, é o seu *brand name*, uma reputação profissional impoluta, a credibilidade junto dos leitores e a confiança conquistada ao longo dos anos. Não basta entusiasmo e vontade de protagonismo. Fontes anónimas, jornalistas de ocasião, nada disto têm para oferecer.

É humorístico o subtítulo do cabeçalho do *Slashdot – News for Nerds*, mas também muito apropriado. É que o *site* funciona da seguinte forma. Depois dos *postings* das notícias, os leitores comentam-nas, complementam-nas e precisam-nas.

À partida, pensar-se-ia que esta é uma forma democraticamente inovadora de controlar a veracidade e fidedignidade dos relatos. Só que os resultados desmentem-no. Raras são as notícias que não geraram perto da centena de comentários, os quais em casos mais raros podem chegar às três centenas. Congestão, *info-glut*? Dada a enormidade do acontecimento, tais expressões nem se aplicam. Estamos perante uma espécie de Fátima Lopes, realizado no Estádio de Alvalade com lotação completa, e onde todos, incluindo o apresentador, são os convidados. Todos falam, mas ninguém pode ouvi-los.

Mesmo que fosse possível ler uma notícia, e os 300 comentários que a precedem, no final da maratona o que poderia um leitor concluir de tantas, tão díspares e contraditórias informações senão um socrático só sei que nada sei?

Estes números também atestam, evidentemente, o indesmentível sucesso do *slashdot*. O *News for Nerds* não está condenado. Pelo contrário, representa um mercado em crescimento. Só que procurar obter informação geral, do tipo da que oferecem os jornais, numa página com tal formato é absolutamente impossível. A imagem que um *site* deste tipo evoca é a de um imenso buraco negro – uma zona onde a densidade da matéria é tão elevada que dela nada pode escapar, nem a luz.

Problemas semelhantes coloca a questão das relações entre bases de dados e jornalismo. São de meados da década de 90 as primeiras previsões de que a disponibilização de conteúdos na internet iria tornar obsoleta a profissão de jornalista. Hoje complementam-nas asserções de que as bases de dados, pelas possibilidades de pesquisa e cruzamento de informações de acordo com infinitas variáveis, que serão as que melhor servem os interesses do pesquisador, acabarão por ter o mesmo efeito.

O que se defende aqui é que todas estas formas de acessar in-

formação fazem sentido, e vão naturalmente coexistir. Mas não ameaçam nem os jornalistas, nem as suas publicações. Os jornalistas, como profissionais altamente treinados, serão os seus primeiros e mais directos beneficiários. Agora as antevisões de que as novas formas canibalizam as antigas esquecem que o jornalismo é antes de mais actualidade, e complementarmente descoberta. Face aos campos de pesquisa em branco de uma base de dados, se não se souber clara e precisamente o que pesquisar, o exercício redundará em pura frustração. Depois, há muitos assuntos dos quais só se toma conhecimento porque um jornal os seleccionou e conseguiu apresentá-los de uma forma suficientemente atractiva para captar a atenção dos leitores. Isto, é descoberta, e também a essência da informação: trazer novidades de interesse geral a um público vasto. Um motor de busca ou uma base de dados não podem substituir este serviço inestimável que um jornal presta aos seus leitores. Podem, e muito bem, complementá-lo. E continuarão a fazê-lo cada vez mais no futuro. Mas tão só.

## 11.2 *Urbi digital*

Encontrando-se aberto a um certo experimentalismo, dadas as suas características de jornal universitário, e não comercial, o *Urbi et Orbi* adoptará, enquanto sedimenta rotinas, procedimentos e conteúdos, uma postura que não é de ruptura face à forma tradicional de fazer jornalismo.

Como instrumento ao serviço da vasta comunidade académica que a UBI é, procurará informar correcta, fidedigna e imparcialmente os seus leitores acerca de todos os assuntos de interesse para a universidade.

Como laboratório para os alunos do curso de Ciências da Comunicação que optaram por jornalismo, procurará que pratiquem, ainda que com limitações, o tipo de trabalho que desempenharão mais tarde como estagiários e profissionais de comunicação social.

Mas também tem a pretensão de atender à especificidade do meio em que é produzido, e aqui investe preferencialmente no potencial de instantaneidade; no privilegiar da imagem; nos textos curtos; no entabulamento de diálogo com outras fontes, através de *hiperlinks*; e no desdobramento de páginas por forma a obviar aos incómodos da leitura face a um monitor.

Assim, ao contemplar a instantaneidade, permite e encoraja alterações aos temas tratados na edição do jornal, sempre que os novos desenvolvimentos da notícia se verifiquem depois da saída de um número e antes da publicação do próximo.

Tais alterações devem todavia assumir a forma de uma nova e distinta notícia, que coexiste com a editada na publicação original, e ainda ser inequivocamente assinaladas, de forma a que o leitor compreenda quando foram feitas e porquê.

Introdução de desenvolvimentos sob a forma de notícias de última hora é um mecanismo que não existe num jornal tradicional em papel. O mais próximo que estes chegam é, em casos raros – a Guerra do Golfo, por exemplo – à tiragem de edições especiais; mas banal em televisão, com a interrupção de emissões para especiais de informação sempre que o peso de uma notícia o justifica.

As notícias de última hora no *Urbi et Orbi* equivalem assim, grosso modo, aos especiais das televisões, e deverão ser realizadas tendo em conta os mesmos critérios editoriais: sempre, mas também apenas e só, quando a importância da notícia e dos desenvolvimentos ulteriores o justificarem. Deverão além disso ser reeditadas na edição subsequente do jornal, já que alguns leitores, que concluíram a leitura da publicação antes da introdução das novidades, podem não se ter apercebido do seu aparecimento.

Sempre que os meios técnicos o permitirem, o *Urbi et Orbi* privilegiará a imagem e a fotolegenda, concedendo-lhe o merecido destaque face aos textos que a acompanham. Além disso, publicará por vezes reportagens fotográficas, à semelhança de *portfolios*, onde o texto desempenhará um papel perfeitamente secundário.

Devido ao bombardeamento sensorial a que diariamente os leitores estão sujeitos, e também ao cansaço visual que a leitura num monitor propicia, acolherá preferencialmente textos vigorosos, curtos, apelativos e de grande riqueza informacional. O mesmo vale para os títulos que acompanham tais textos. Quando o assunto o permitir, será desenvolvido, à margem do corpo do texto, em caixas a uma coluna que ladeiam o texto principal.

As reportagens mais desenvolvidas serão paginadas de forma peculiar: a um título e foto apelativos em página de rosto, segue-se um lead mais desenvolvido que o tradicional – pode falar-se de um texto curto – que sumariza e apresenta os assuntos sobre que versa o trabalho. Os subtítulos de tais textos serão apresentados como hiperlinks no final desta página, remetendo cada um deles para uma nova página, onde um texto curto e autónomo, acompanhado de uma foto, desenvolve o assunto a que se refere. Devido a esta peculiar forma de paginação, o domínio da técnica de construção por blocos é muito valorizado.

Nos trabalhos em que tal for possível, o redactor esforçar-se-á por promover o entabulamento de diálogo com outras fontes, através de *hiperlinks* inseridos no corpo do texto, e que podem remeter para outras notícias, outros órgãos de comunicação social, *sites*, dados de *background*, arquivo do próprio jornal, dados geográficos ou estatísticos, e informações biográficas sobre os protagonistas.



## Capítulo 12

# Enquadramento legal da actividade jornalística

Em Portugal a actividade jornalística encontra-se regulamentada pela Lei de Imprensa, Lei 2/99 de 13 de Janeiro, a qual consagra a liberdade de imprensa e de empresa, e define as regras para a criação de empresas jornalísticas; pelo Estatuto do Jornalista; Estatuto da Imprensa Regional; Regulamento da Carteira Profissional, e Código Deontológico. Os crimes cometidos através da imprensa remetem para as disposições legais contidas na lei geral: Código Penal e Código Civil.

Nas convenções internacionais de que Portugal é signatário, Declaração Universal dos Direitos do Homem, e Convenção Europeia dos Direitos do Homem, consagra-se o direito à liberdade de criação, expressão e empresa. Também a Constituição da República reitera, em linhas muito gerais, esses princípios.

A Declaração Universal dos Direitos do Homem proclama, no seu artº 19º, a liberdade de expressão, de opinião e de informação, as quais implicam “o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões, e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão.

A Convenção Europeia dos Direitos do Homem, salvaguardando embora o direito dos estados a submeterem alguns *media*

a um regime de autorização prévia, consagra no seu artº 10º que “qualquer pessoa tem direito à liberdade de expressão. Este direito compreende a liberdade de opinião e a liberdade de receber ou transmitir informações ou ideais sem que possa haver ingerência de quaisquer autoridades públicas e sem consideração de fronteiras”. Salvaguardada fica igualmente a possibilidade de regulamentação – condições, restrições ou sanções – que visem “proteger a segurança nacional, a integridade territorial, a defesa da ordem e prevenção do crime, a protecção da saúde ou da moral, a protecção da honra ou dos direitos de outrém, ou para impedir a divulgação de informações confidenciais...”.

Na Constituição da República Portuguesa são definidos princípios gerais respeitantes à liberdade de imprensa, opinião, expressão e empresa, bem como as responsabilidades decorrentes desses direitos.

## 12.1 Direitos dos Jornalistas

São direitos dos jornalistas, consignados na Lei de Imprensa:

- A liberdade de expressão e criação;
- A liberdade de acesso às fontes de informação, incluindo o direito de acesso a locais públicos para fins de cobertura informativa;
- O direito ao sigilo profissional;
- Garantia de independência e cláusula de consciência;
- O direito de participação na orientação do órgão onde trabalha;

Este direito de participação materializa-se, nas empresas com mais de cinco jornalistas profissionais, através da eleição do Conselho de Redacção, um órgão que intervém na vida da publicação, nomeadamente através de:

- O direito de se pronunciar sobre a nomeação ou destituição dos elementos da direcção;
- Colaborar com a direcção na elaboração do estatuto editorial e emitir parecer sobre as alterações que eventualmente lhe venham a ser introduzidas;
- Emitir parecer, quando solicitado, sobre a conformidade de textos ou imagens com o estatuto editorial da publicação;
- Pronunciar-se sobre assuntos que se relacionem com o exercício da actividade jornalística;
- Ser ouvido nos casos de admissão ou responsabilidade disciplinar dos jornalistas profissionais da casa;

O Estatuto do Jornalista, Lei nº 1/99, aprovada pela Assembleia da República a 13 de Janeiro, regulamente e explicita os direitos consignados na Lei de Imprensa, nomeadamente:

- Garantindo o direito de acesso às fontes pelos Órgãos da Administração Pública, empresas com participação majoritária do Estado, ou concessionárias de serviço público;
- Em caso de recusa de acesso, assegurando que gozam de regime de urgência as reclamações apresentadas por jornalistas à Comissão de Acesso aos Documentos Administrativos;
- Os jornalistas não podem ser impedidos de aceder a locais públicos ou abertos à generalidade da Comunicação Social, e no âmbito do exercício desse direito – que pode ser limitado pela exigência de credenciação prévia – são abrangidos por um regime especial que permite a circulação e estacionamento de viaturas utilizadas no exercício da profissão.

- O direito ao sigilo implica que os jornalistas não podem ser obrigados a revelar as suas fontes de informação, não podendo sofrer quaisquer sanções pelo seu silêncio. De igual modo, os elementos do órgão de informação que tiverem conhecimento da identidade de tais fontes, não podem revelá-las sem o consentimento por escrito do jornalista.

Apenas por mandado judicial podem os jornalistas ser obrigados a exhibir, revelar ou entregar os elementos recolhidos durante o exercício da profissão.

Para proteger a independência dos jornalistas, e regulamentar a cláusula de consciência, o Estatuto do Jornalista assegura que estes profissionais “não podem ser constrangidos a exprimir ou subscrever opiniões, nem a desempenhar tarefas contrárias à sua c, nem podem ser alvo de medidas disciplinares em virtude de tal recusa”. No caso de alteração profunda da linha editorial da publicação, da qual sobrevenham incompatibilidades com as convicções ou consciência do jornalista, este pode rescindir o contrato de trabalho que o liga à empresa invocando justa causa, e tendo consequentemente direito à respectiva indemnização. Além disso, todo o jornalista profissional pode recusar ordens ou instruções com incidência em matéria editorial, quando emitidas por alguém não habilitado com título profissional.

Na Imprensa Regional, os jornalistas ou os órgãos que representam têm ainda direito a:

- Acesso especialmente favorável aos produtos informativos da agência noticiosa nacional;
- Contribuição da Administração Central para a formação de jornalistas e colaboradores da imprensa regional, nomeadamente através de apoios a conceder à realização de estágios profissionalizantes, especialização e reciclagem.

## **12.2 Deveres dos Jornalistas**

Constituem deveres dos jornalistas, de acordo com o artº 14º do respectivo estatuto:

- Respeitar escrupulosamente o código deontológico dos jornalistas
- Exercer a actividade com respeito pela ética profissional, informando com rigor e isenção;
- Respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão onde exerçam a sua actividade profissional;
- Não formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência
- Não identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e auto-determinação sexual; nem menores objecto de medidas tutelares sancionatórias;
- Não tratar discriminatoriamente pessoas em função da cor, raça, religião, nacionalidade ou sexo;
- Não recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas;
- Respeitar a privacidade;
- Não falsificar ou encenar situações, abusando da boa-fé do público;
- Não recolher imagens ou sons por meios não autorizados, a não ser em caso de manifesto interesse público;

Para a imprensa Regional, o respectivo estatuto acrescenta ainda o seguinte:

- Respeitar escrupulosamente a verdade, o rigor e a objectividade da informação;

Observar os limites ao exercício da liberdade de imprensa nos termos da lei.

Pela Constituição da República, são deveres dos *media* do sector público, e dos jornalistas que neles trabalham, “salvaguardar a independência perante o Governo, a Administração e demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto de diversas correntes de opinião”.

Outros deveres do jornalista são habilitar-se com o título legal necessário, de acordo com as circunstâncias, ao exercício da profissão, normalmente a Carteira Profissional de Jornalista; e ainda abster-se de desempenhar tarefas incompatíveis com o exercício da profissão.

As incompatibilidades – actividades que pela sua natureza são susceptíveis de comprometer os restantes deveres profissionais – encontram-se descritas no Estatuto do Jornalista pela seguinte ordem:

- Funções de angariação, concepção ou apresentação de mensagens publicitárias;
- Funções de marketing, relações públicas, assessoria de imprensa e consultoria em comunicação ou imagem;
- Orientação ou concepção de estratégias comerciais;
- Exercício de funções em organismo ou corporação policial;
- Serviço militar;
- Funções de membro do Governo da República ou de governos regionais;
- Funções de presidente ou vereador em autarquia local.

Considera-se igualmente actividade publicitária, que o jornalista deverá consequentemente rejeitar, o recebimento de ofertas ou benefícios não identificados claramente como patrocínios concretos de actos jornalísticos, e que visem, através do jornalista, divulgar produtos, serviços ou entidades.



# Capítulo 13

## Sugestões de Leitura

- AA.VV., *Livro de Estilo da Lusa*, ed. policopiada.
- AA.VV., 1998, *Livro de Estilo do Público*, Público – Comunicação Social, SA,
- Araújo, Domingos Silva, 1988, *Vamos falar de Jornalismo*, Direcção-Geral da Comunicação Social, Lisboa.
- Beltrão, Luís, 1980, *Jornalismo Opinativo*, Ed. Sulina, Porto Alegre, Brasil.
- Boucher, Jean-Dominique, 1994, *A Reportagem Escrita*, col. Técnicas da Jornalismo, Editorial Inquérito, Mem Martins.
- Cardet, Ricardo, sd, *Manual de Jornalismo*, col. Nosso Mundo, Editorial Caminho, Lisboa.
- Colombo, Furio, 1995, *Conhecer o Jornalismo Hoje – Como se faz Informação*, Editorial Presença, Lisboa.
- Crato, Nuno, 1992, *Comunicação Social – A Imprensa*, Editorial Presença, Lisboa.
- Cunha, Celso, e **Cintra**, Lindley, 1993, *Breve Gramática do Português Contemporâneo*, Ed. Sá da Costa, Lisboa.

- Mendes, Victor, 1999, *Legislação sobre Comunicação Social*, Legis Editora, Porto.
- Piedrahita, Manuel, 1993, *Periodismo Moderno – Historia, Perspectivas y Tendencias*, Editorial Paraninfo, Madrid.
- Ricardo, Daniel, 1989, *Manual do Jornalista*, Edições “O Jornal”, Publicações Projornal, Lisboa.
- Rodrigues, Adriano Duarte, 1997, *As Técnicas da Comunicação e da Informação*, Editorial Presença, Lisboa.
- Saperas, Enric, 1987, *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, col. Comunicação/Ação, Edições Asa, Rio Tinto, Porto.