



# Sumário

---



<b>Apresentação</b> .....	9
É possível escrever bem .....	9

<b>A garimpagem do óbvio</b> .....	11
------------------------------------	----



A arte de pensar .....	13
A pirâmide invertida .....	15
O novo jornalismo .....	19

<b>O texto jornalístico</b> .....	21
-----------------------------------	----



Dê passagem às frases curtas .....	23
Prefira palavras curtas e simples .....	26
Ponha as sentenças na forma positiva .....	27
Opte pela voz ativa .....	28
Escolha termos específicos .....	28
Fique com as palavras concretas .....	31

Restrinja a entrada de adjetivos .....	33
Persiga a frase enxuta .....	35
Seja conciso .....	39
Corra atrás da frase harmoniosa .....	41
Busque a clareza .....	48
Teste a legibilidade do texto .....	50

## **Gêneros jornalísticos** .....



A força da notícia .....	54
Reportagem factual .....	55
A suíte .....	58
Reportagem especial .....	60
Declaração é notícia .....	64
A entrevista pingue-pongue .....	64
Gente é notícia .....	68
Perfil .....	68
Personagem .....	72
Opine, não ache .....	75
Editoriais .....	76
Artigos, colunas e análises .....	76
Quanto menor, melhor .....	80
Acessórios trabalhosos .....	81
Quente ou fria? .....	84

## **Toque final** .....



A ética das palavras .....	86
As penetras .....	88
Na boca do povo .....	90
Mesmeiros do texto .....	91
Lição do corpo .....	93
Samba da mistura doida .....	96
Mistérios do plural .....	97
Receita do cruz-credo .....	98
A ditadura da indústria .....	101
A faca dos editores .....	102
A pressão do fechamento .....	103

## **Bibliografia** .....

## **As autoras** .....



# A garimpagem do óbvio

---

*Separar alhos de bugalhos  
é um longo caminho.*  
Sonia Racy

A literatura acadêmica é curta e grossa no capítulo em que ensina a escrever um texto jornalístico. O texto, pregam os teóricos, deve começar respondendo, logo de cara, a seis perguntas fundamentais:

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

E não é que é assim mesmo? Em jornais, rádios, televisões e na novíssima internet, as notícias são apresentadas nesse formato. Quando Willian Bonner abre o *Jornal Nacional* dizendo “uma bomba explodiu na Chechênia matando o presidente da província e 31 pessoas”, usa a estrutura mais simples e direta do jornalismo.

Trata-se de fórmula fácil de reconhecer. Ela está em todos os lugares e serve de esqueleto, por exemplo, para anúncios de missas de sétimo dia:

- *Familiares convidam para a missa de sétimo dia da morte de fulano de tal a se realizar no dia tal, igreja tal e horário tal.*

Ou para embalar notícias de crimes e acidentes:

- *Um motorista embriagado bateu de frente com outro veículo na avenida tal, ontem à noite, matando os quatro ocupantes. Entre eles estava uma criança de seis meses.*

Moleza? Não é. A maior dificuldade de repórteres e redatores é encontrar as respostas certas para as seis perguntas marotas. Eles se perdem no emaranhado de dados trazidos da rua. Sentem-se incapazes de dizer o que aconteceu. Enredados por informações às vezes conflitantes, mostram-se inaptos para reconhecer os fatos mais importantes.

Responder às seis perguntas básicas é exercício de garimpagem. Escondido embaixo de toneladas de dados secundários, coberto por montanhas de detalhes desnecessários e disfarçado sob camada fina de observações sofisticadas, jaz o diamante reluzente do óbvio. Sim, infelizmente, nada é mais difícil para o repórter do que identificar a obviedade de uma notícia.

Afinal, o que são as seis perguntas cruciais se não o reconhecimento da obviedade em qualquer evento? Preste atenção nas conversas do dia-a-dia, em especial naquelas sem grandes pretensões intelectuais, com amigos, marido, mulher e filhos sobre acontecimentos corriqueiros.

Você começa um papo com uma amiga. Conta que está namorando. Qual a primeira pergunta que a outra lhe fará? Óbvio: quem? À medida que você responde, outras questões virão: como é ele (o namorado)? Como você o conheceu? Onde se encontraram? Como decidiram namorar? Sem perceber, vocês estão seguindo o conteúdo e a estrutura necessária para a construção de pequena reportagem. Os teóricos do jornalismo sintetizaram a dinâmica das nossas conversas.

## A arte de pensar

---

Penso, logo existo.  
*René Descartes*

A receita para escrever texto jornalístico funciona bem porque ensina a pensar. Quem já passou horas diante de uma tela em branco do computador em dúvida sobre por onde começar sabe o que é angústia. Os mais velhos devem se lembrar das páginas arrancadas das máquinas de datilografia quando se instalava a tortura. O papel jogado na lata de lixo tinha a vantagem de materializar o peso do tormento na vida dos candidatos a Machado de Assis, Elio Gaspari ou Roberto Pompeu de Toledo. Com o computador, não há sinais visíveis do sofrimento, mas ele continua, firme e forte.

Tanta dor tem uma causa. O texto passa a existir muito antes de tomar corpo na tela. Nasce, primeiro, na cabeça do autor. A habilidade de escrever é resultado da habilidade de pensar – pensar de forma ordenada, lógica e prática. Sem esse exercício, não há como encher a tenebrosa tela branca.

Assim, gaste tempo pensando sobre o que você quer escrever e, só depois, com um roteiro à mão, sente-se à frente do traumatizante computador. Ele se transformará naquilo que é – valioso instrumento de trabalho. A fonte de onde brotarão idéias, frases inteligentes e conceitos consistentes está no cérebro. A máquina não substitui o maior e mais fascinante talento do homem, a capacidade de pensar. Graças a Deus.

Trace um plano de vôo. Como? A seguir, daremos um roteiro. As regras não garantem o despertar de gênios, mas oferecem caminho seguro para chegar a texto informativo, sucinto e direto, características fundamentais no estilo jornalístico.



Faça um resumo da história como você faz quando um amigo lhe pergunta sobre a festa à qual ele não compareceu. Provavelmente, você diz: “A festa estava animada, cheia de gente bonita. A música era ótima e a comida, fabulosa”. Pronto, eis o resumo da sua história. Não o perca de vista. Seu objetivo será contar a narrativa em detalhes.



Responda às seis perguntas indicadas no início deste capítulo na ordem em que foram apresentadas. A primeira é o quê? A última, e mais difícil, é por quê? As respostas não devem ultrapassar duas linhas. Nunca, jamais, em tempo algum podem ser maiores do que duas linhas. Seja até avarento. Escreva menos ainda.



Enxugue o texto. Em jargão jornalístico, enxugar significa diminuir, cortar, mandar pras cucuias palavras e informações desnecessárias. Comece agora. Você ignorou a orientação para restringir-se a duas linhas? Passe a tesoura sem dó nem piedade.



Leia e releia o texto. Aproveite para checar as informações. Nome, cargos e títulos das pessoas estão

corretos? Pode parecer bobagem, mas nada irrita mais os leitores e desacredita a informação que ver nomes publicados com a grafia errada. A recomendação vale para outros pormenores como localização de uma cidade, distâncias, número de leis.



Na dúvida, procure confirmação em dicionários, mapas, livros de referência e listas telefônicas. Se necessário, volte a telefonar para as fontes da matéria. Não se acanhe. Diga que não está seguro sobre um item e que não gostaria de publicá-lo de forma errada. Fontes sérias agradecerão o cuidado. Os leitores também.



Divida o texto em partes (retrancas). Cada uma aborda um tema referente à história principal e, claro, deve ter o próprio planejamento. Uma, por exemplo, pode descrever a mansão onde ocorreu a festa. Outra, dar destaque ao cozinheiro francês especialmente contratado para o evento.

## A pirâmide invertida

---

*O estilo nada mais é do que a ordem e o movimento  
postos em seu pensamento.*  
Conde de Buffon

O modelo de perguntas e respostas na construção do texto atende à estrutura clássica de apresentação de uma notícia – a pirâmide

invertida. A técnica estreou em 1861 no jornal *The New York Times*, como forma de dar objetividade ao relato de um acontecimento. Consiste em pôr as informações mais importantes no primeiro parágrafo, respondendo “o quê? quem? quando? onde? como? por quê?”.

Nessa ordem, os pormenores essenciais aparecem primeiro. Na prática, conta-se a história do fim para o começo, daí o nome de pirâmide invertida. Nas duas últimas décadas, houve tentativas de mudança nos textos tradicionais, forçadas pelo fenômeno dos noticiários audiovisuais e pela internet. Os veículos digitais, mais rápidos, divulgam as notícias em tempo real, comprometendo o papel dos veículos impressos.

No passado, além do rádio, os jornais eram as únicas fontes de informação disponíveis. Hoje, não é assim, mas eles continuam a ser produzidos como se fossem. Um exemplar de hoje apenas com notícias de ontem chega às bancas desatualizado. O leitor foi bombardeado pelas informações do rádio e da tevê. Muitos acompanharam a notícia na internet.

Tomemos como exemplo o aumento dos combustíveis. Quatro jornais nacionais publicaram a notícia na terça-feira – o fato foi manchete de todos eles – mas o anúncio foi feito no dia anterior. A decisão da estatal, portanto, estava no ar na própria segunda-feira, por meio dos noticiários on line, televisivos e radiofônicos. Motoristas mais atentos tiveram tempo de completar o tanque do carro para escapar do reajuste. Os jornais ignoraram essa realidade e trataram o reajuste como grande novidade. Não era. Era assunto de conhecimento amplo.

Veja os exemplos:

- *O primeiro aumento de preços da gasolina e do óleo diesel no governo de Luiz Inácio Lula da Silva entrou em vigor hoje. Depois de ter ficado um ano e meio sem aumento – em abril do ano passado houve queda – o preço da gasolina vendida pela Petrobras em suas refinarias subiu 10,8% e o do diesel, 10,6%, sem considerar os impostos. De acordo com o presidente da Petrobras, José Eduardo*

*Dutra, o aumento médio para os consumidores deverá ficar em torno de 4,5%, no caso da gasolina, e de 6,4% para o óleo diesel, caso nenhum setor da cadeia aumente também suas margens de lucro. (O Globo)*

- *A Petrobras não resistiu à pressão e anunciou ontem o reajuste nos preços dos combustíveis nas refinarias. A gasolina aumenta 10,8% e o óleo diesel, 10,6%. O presidente da estatal, José Eduardo Dutra, explicou que a estabilização do preço internacional do petróleo acima dos US\$ 35 por barril tornou insustentável a manutenção dos preços. Para o consumidor, segundo cálculos da empresa, a alta deve chegar a 4,5% no caso da gasolina e 6,4% no diesel. O aumento vale a partir de hoje. (O Estado de S. Paulo)*
- *A Petrobras anunciou ontem o primeiro aumento no preço dos combustíveis no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva: a gasolina nas refinarias da estatal ficou 10,8% mais cara a partir da 0h de hoje. O diesel subiu 10,6%. A companhia calcula que o impacto para o consumidor será menor devido a questões tributárias e, no caso da gasolina, à mistura com o álcool (25%). A previsão da Petrobras é que a gasolina suba 4,5% nas bombas dos postos e o diesel, 6,4%, se as margens de lucro das distribuidoras forem mantidas. (Folha de S. Paulo)*
- *A Petrobras anunciou ontem o reajuste dos preços da gasolina e do diesel nas refinarias, a partir da zero hora de hoje, em 10,8% e 10,6%, respectivamente. Os postos deverão repassar aos consumidores um aumento de 4,5% a 5% na gasolina e de 6,5% no diesel, segundo estimativas da Federação Nacional do Comércio de Combustíveis (Fecombustíveis). (Jornal do Brasil)*

Com pequenas alterações, as matérias são quase idênticas. Seguem o modelo de resposta às seis perguntas básicas do jornalista –

o que, quem, quando, onde, como e por quê – sustentáculo da pirâmide invertida. Conclusão: apesar da resistência de muitos profissionais, o formato consagrado impera nas redações.

No livro *A arte de fazer um jornal diário*, o jornalista pernambucano radicado em Brasília Ricardo Noblat abomina matéria puramente factual. “Por favor, não me contem o que já sei”, diz ele. “Topo ler o que já sei se vocês acrescentarem informações que desconheço ou se me explicarem o que não entendi direito. Até topo ler sobre o que já sei se vocês anteciparem o que está por vir. Mas só nesses casos. As seções de horóscopo dos jornais não fazem tanto sucesso? Quantas pessoas não consultam cartomantes, videntes e toda sorte de gente que se diz apta a adivinhar o futuro? Não acredito nesse tipo de gente. Mas acredito que o sonho de todo mundo é ler hoje o jornal de amanhã. E acredito na possibilidade de profissionais competentes anteciparem fatos”.

Noblat tem sido defensor ardoroso de novo modelo de jornalismo diário capaz de ir além da apresentação dos acontecimentos de ontem. Mas também ele sofria do pavor das redações em apostar em matérias exclusivas e, com isso, comprometer a cobertura diária a que os leitores estão acostumados. Durante os dez anos em que dirigiu o *Correio Braziliense*, seguindo o modelo de jornalismo pouco dado ao factual, Noblat viveu essa contradição.

Ele exigia criatividade da equipe nas reuniões de pauta, mas cobrava notícias do dia no horário de fechamento. Viraram folclóricas suas visitas à redação às 8h da noite, quando não dá mais tempo para acrescentar nada. Os editores viviam em estado de alerta, tensos e inseguros sobre a edição. O que mais temiam era ouvir Noblat gritar:

– Temos isso?

*Isso* era um acontecimento do dia que ele lera nas edições dos jornais na internet ou ouvira no *Jornal Nacional*. Se não tivesse, o editor que tratasse de conseguir. E mais. E melhor, com recursos gráficos, artigos, interpretações e análises. Às 8h da noite! A cena era tão comum que um grupo de repórteres bem-humorados da editoria de Cidades criou uma banda de música chamada *Temos isso?*