



O lugar de onde se fala: o jornalismo e seus princípios fundamentais¹

Rafael Paes Henriques²
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo: Este artigo tem o objetivo de identificar os princípios e procedimentos do jornalismo enquanto modo particular de apropriação do real. Apesar da generalidade das regras existentes, a atividade possui uma série de valores que servem como norte para quem se ocupa de ‘traduzir’ tudo aquilo que acontece. Há regras de codificação próprias que estabelecem uma espécie de ‘gramática particular’ desse fazer e que constituem uma forma particular de olhar, de se relacionar e de se reportar a realidade. Este trabalho propõe como valores fundamentais da atividade: a liberdade; a independência e autonomia; a credibilidade; o rigor e exatidão; a honestidade; a objetividade e equidade; a verdade; a comunicabilidade e interesse; e também avalia as suas consequências.

Palavras-chave: conhecimento; teoria do jornalismo; princípios jornalísticos.

1. Introdução

A dificuldade em se estabelecer uma ‘gramática’ do jornalismo se deve, em grande parte, à generalidade das regras existentes. Ao invés de atuarem como fórmulas rígidas, os elementos centrais da linguagem jornalística são, em certa medida, flexíveis e, por isso, deixam um razoável espaço para que se dê conta da variedade de situações encontradas, pelos jornalistas, na realidade.

Dessa forma, qualquer investigação que se proponha a enunciar as normas, regras e procedimentos da produção jornalística pode correr o risco de reduzir a atividade a apenas uma de suas manifestações; ou até mesmo de fazer a defesa de apenas uma das possibilidades de se realizar esse ofício que se convencionou chamar de jornalismo.

Optando-se por este caminho pode-se chegar a um equívoco ainda mais grave: a defesa de uma única maneira de experimentar, interpretar e de se apropriar do real; de um único caminho a ser realizado pela atividade, na relação com o mundo. Definitivamente não é isso que aqui queremos cumprir.

O que se pretende afirmar é que, mesmo com algumas pequenas variações, a atividade possui uma série de princípios norteadores e certas regras de codificação próprias que

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Rafael Paes Henriques é mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho (Portugal) e professor substituto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).
rafaelpaesh@gmail.com



estabelecem uma espécie de ‘gramática particular’. E que, apesar de algumas diferenças, todas essas manifestações partilham de uma mesma forma de olhar, de se relacionar e se reportar a realidade. A Ciência, a Religião, a Arte e a Filosofia são outros modos próprios de realizar essa operação. Este artigo parte da premissa de que o Jornalismo também configura-se como um modo particular de apreensão e produção do real.

É na busca das identidades, daquilo que subsiste, dos elementos que são comuns e que definem esse fazer – e não das diferenças – que este trabalho quer caminhar. Essa é a ‘gramática particular’ da atividade. Até porque, mesmo em uma despretenhosa observação dos temas e assuntos que aparecem nas páginas dos jornais, no rádio, TV e internet – produzidos em diversas partes do planeta – pode-se verificar bastante regularidade.

Uma conclusão geral dos muitos estudos de conteúdo é as notícias apresentarem um padrão muito estável e previsível, quando apreciadas segundo categorias convencionais de matérias. [...] Existem variações de um país para outro e de um tipo de meio para outro, e o padrão é naturalmente sensível a acontecimentos mais importantes, como uma guerra e crises mundiais. No entanto, a estabilidade do conteúdo das notícias é muitas vezes notável (McQuail, 2003, p. 345).

E essa estabilidade não diz respeito somente aos assuntos que são objeto de atenção do jornalismo, mas também pode ser verificada na forma como esses temas são tratados. Mais do que estabelecer um padrão para os conteúdos, os valores partilhados pelo campo e os procedimentos da atividade acabam por definir também a maneira mais “correta” de se reportar os acontecimentos. “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (Bourdieu, 1997, p. 25).

As notícias são o produto de uma ação – entre muitas outras – que realiza a substituição das próprias coisas por palavras, na tentativa de tornar o real algo inteligível. E esse processo segue sempre um método específico, uma técnica de produção particular. Há certos códigos, determinadas normas de redação e até mesmo de conduta que constituem esses ‘óculos’ dos quais fala Bourdieu e que são, em verdade, efeitos dos princípios, das estruturas epistemológicas em que a atividade está calcada.

De fato, a técnica da notícia vincula-se às relações contingentes das sociedades humanas; na comunicação social, o objeto é a sociedade e a



comunicação um aspecto da sua existência. Relações contingentes levam à escolha de determinadas opções discursivas, com o abandono de outras; de qualquer modo, a estrutura da notícia representa algo de relativa *constância*, se comparada com o universo móvel em que se funda a avaliação dos conteúdos noticiados (Lage, 2001a, p. 55) [grifo nosso].

A partir desta divisão mais elementar da atividade, temos, então, que a primeira tarefa dos jornalistas é definir o que é notícia, ou seja, é decidir qual será o conteúdo do noticiário. Diante de uma infinidade de fenômenos da realidade, é preciso emitir juízos, hierarquizar, determinar o que tem importância, para, dessa forma, selecionar alguns, e descartar vários outros que não serão objeto da cobertura jornalística.

“A técnica de produção industrial de notícias estabeleceu com este fim critérios de avaliação formal, considerando constatações empíricas, pressupostos ideológicos e fragmentos de conhecimento científico” (Lage, 2001a, p. 92).

Esses critérios são o resultado de uma maneira específica de classificação, apreensão e apresentação dos fenômenos. São parâmetros muito caros à atividade, já que cumprem papel fundamental nas tarefas de seleção e hierarquização do real. Em verdade, eles operam como uma espécie de maneira particular de olhar o mundo; são uma forma razoavelmente clara – e partilhada pelos atores do campo – para avaliar e atribuir interesse e importância jornalística aos fenômenos.

“No campo das avaliações empíricas, alguns itens são consideráveis: a *proximidade*, a *atualidade*, a *identificação* [social], a *intensidade*, o *ineditismo*, a *oportunidade*” (Lage, 2001a, p. 93).

O uso de critérios como esses, praticamente automatiza a complexa função de atribuir valor aos fatos para se definir se eles têm interesse jornalístico. Eles tornam possível a repetitividade dos procedimentos. O Manual da Redação da *Folha de S. Paulo* define assim seus ‘critérios elementares para definir a importância de uma notícia’:

1) Ineditismo (a notícia inédita é mais importante do que a já publicada). 2) Improbabilidade (a notícia menos provável é mais importante do que a esperada). 3) Interesse (quanto mais pessoas possam ter sua vida afetada pela notícia, mais importante ela é). 4) Apelo (quanto maior a curiosidade que a notícia possa despertar, mais importante ela é). 5) Empatia (quanto mais pessoas puderem se identificar com o personagem e a situação, mais importante ela é). 6) Proximidade (quanto maior a proximidade geográfica entre o fato gerador da notícia e o leitor, mais importante ela é) (Manual, 2001, p. 43).



É claro que essa separação de forma e conteúdo existe somente de maneira abstrata. Na prática, não existe um momento em que somente se define o assunto, para em seguida se determinar a maneira como ele será tratado, e essa separação só tem razão de ser para cumprir uma função didática. No cotidiano da atividade, os atores selecionam os fenômenos já de acordo com as normas de redação e organização das notícias. E até mesmo os próprios critérios de noticiabilidade – que definem os conteúdos – bebem da mesma fonte, dos mesmos valores e princípios que regem o jornalismo como um todo.

A partir da revisão bibliográfica dos principais manuais de redação e de outras obras de referência publicadas no Brasil, vamos determinar aquilo que é canônico para a atividade. É claro que essas obras não fundam uma lei geral, nem criam um regulamento formal para o jornalismo, mas os manuais, e outros trabalhos desenvolvidos por pesquisadores da prática jornalística, são uma amostra bastante exemplar de como a atividade se auto-enuncia, ou seja, de como o campo do jornalismo percebe e elabora o seu próprio fazer.

Por limitações de espaço, não vamos citar todos os exemplos para cada caso. Primeiro, apresentaremos o princípio, em seguida as consequências no que diz respeito ao procedimento, à conduta e ao modo de agir que é esperado dos jornalistas e, por último, os efeitos desse valor na definição de uma linguagem, de uma norma de redação e de apresentação verbal dos fenômenos.

2. Liberdade

Um dos princípios mais fundamentais para a atividade jornalística é o da liberdade. De acordo com esse valor, os jornalistas precisam ser livres para exercer a atividade, caso contrário, todo trabalho fica comprometido, ou até mesmo inviabilizado. Por essa razão, o próprio exercício do jornalismo está associado à defesa da liberdade de expressão e de manifestação do pensamento. Em outras palavras, esse é um valor que não só funda, como também dá sentido e até finalidade à atividade.

[...] ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos. Mas ser jornalista também implica a crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade. [...] Inúmeras afirmações apontam para esta relação simbiótica, em que a liberdade está no centro do desenvolvimento do jornalismo (Traquina, 2005, p. 130-131).



Com efeito, os atores deste campo adotam como procedimento coletivo a rejeição de qualquer tipo de ação que vise ao cerceamento ou a alguma limitação do exercício do jornalismo, como, por exemplo, a proibição do acesso a documentos, lugares ou informações de interesse público.

Como vimos, a atividade se utiliza de critérios próprios para definir os assuntos e acontecimentos que serão abordados. Mas como essa prática está baseada na defesa desse princípio, e é o resultado desse valor, pelo menos em tese, não existe uma norma que limite ou censure os assuntos e abordagens. De partida, todo e qualquer assunto é passível de cobertura, e os jornalistas devem ser livres para escolher o que será, ou não, objeto de sua atenção e para definir como o trabalho será realizado.

3. Independência e autonomia

“Devido à importância da liberdade, outro valor essencial desta comunidade interpretativa é a independência e a autonomia dos profissionais em relação aos outros agentes sociais” (Traquina, 2005, p. 131).

Apesar da proximidade que, muitas vezes, mantém com os poderes públicos e também com o mercado publicitário e os interesses comerciais, o jornalismo tem como valor vital a independência.

É que, como preza a liberdade, esse fazer não pode ficar atrelado ou ser dependente de atores externos, como, por exemplo, partidos políticos, governos, parlamentos ou empresas. A única esfera com quem o jornalista teria compromisso é com o leitor, como podemos ver na definição dos verbetes ‘pressão’ e ‘leitor’ expressos no Manual do jornal *Folha de São Paulo*.

“pressão – A *Folha* não deve ceder a nenhum tipo de pressão. Seu compromisso deve ser apenas com o leitor: é ele quem garante a independência do jornal”. “leitor – É quem sustenta, em última análise, o jornal. [...]” (Manual, 2001, p. 45)

Como consequência, existe uma série de normas de procedimento que devem ser cumpridos. Tudo para que esse princípio seja seguido com rigor. Vejamos o que determina a mesma *Folha de São Paulo*: em primeiro lugar, é necessário desconfiar das informações fornecidas por outros atores sociais.



Para evitar a difusão inconseqüente de ganchos construídos ou notícias ‘plantadas’, o jornalista deve ser crítico em relação a assessorias de imprensa, press releases, boatos, pronunciamentos oficiais, declarações descontextualizadas, pesquisas de opinião, estatísticas, informações difundidas por grupos, partidos ou organizações e notícias veiculadas por outros meios de comunicação (Manual, 2001, p. 25).

Outro comportamento exigido é o respeito às fronteiras existentes entre o campo do jornalismo e os outros campos com os quais ele se relaciona para exercer a sua atividade. Jornalista não é policial, nem juiz, e deve cumprir somente a sua função. Como efeito destes procedimentos, temos consequências concretas – há reflexos no que diz respeito à forma de apresentação dos textos – como, por exemplo, a seguinte norma de redação, identificada por Erbolato:

“Proíbe-se a publicidade nas colunas informativas, excetuada, porém, a divulgação de notícias sobre acontecimentos relacionados com empresas comerciais ou industriais” (Erbolato, 1991: 129).

4. Credibilidade

Outro valor essencial ao jornalismo é a credibilidade. Na relação que a atividade mantém com os leitores é preciso haver confiança. O verbete ‘mandato do leitor’ do Manual da *Folha* expõe de maneira muito clara um efeito desse princípio.

mandato do leitor – Nas sociedades de mercado, cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas a tarefa de investigar os fatos, recolher material jornalístico, editá-lo, publicá-lo. Se o jornal não corresponde a suas exigências, o leitor suspende esse mandato, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição habitual nas bancas. A força de um jornal repousa na solidez e na quantidade de mandatos que lhe são delegados (Manual, 2001, p. 45).

Quem compra um jornal o faz somente porque acredita na validade das proposições; porque crê na qualidade daquilo que consome. O prestígio de um veículo e o respeito que o jornalismo dispõe como ‘emissor autorizado’ estão completamente calcados neste valor: a credibilidade.

Nelson Traquina afirma que o valor da credibilidade depende em condição *sine qua non* do princípio anterior: “[...] a sua independência e autonomia é indispensável para garantir outro valor essencial dos jornalistas: a credibilidade” (Traquina, 2005, p. 132). Em *Teoria da Comunicação de Massas*, Denis McQuail afirma a mesma idéia em uma



referência a A. Smith. “Na sua perspectiva, sem uma atribuição de credibilidade pela audiência, as notícias não se distinguiriam do entretenimento ou da propaganda” (McQuail, 2003, p. 352). Ou seja, o jornalismo é um gênero mediático próprio, distinto e credível na medida em que é exercido de maneira independente e autônoma.

O princípio da credibilidade se objetiva em alguns procedimentos e regras de redação, como por exemplo: “Não publique declarações difamatórias” (Erbolato, 1991, p. 129). E “Números têm alta confiabilidade” (Lage, 2001a, p. 41). Ou seja, matematizar a realidade por meio do uso de números e da estatística torna o relato mais confiável. Ninguém discute ou duvida dos números. É exatamente por isso que esse é um procedimento que também está baseado em outro princípio jornalístico do qual a credibilidade depende fundamentalmente e que analisaremos a seguir: a verdade.

5. Verdade

A notícia é um relato verdadeiro. Ninguém compra o jornal para ler mentiras, ou para tomar conhecimento de fatos que não aconteceram, e foram criados ou inventados. A verdade é um princípio capital para a atividade e, por isso mesmo, é identificado por diversos investigadores deste campo. “Outro valor central no jornalismo é a associação com a verdade” (Traquina, 2005, p. 133). “A imprensa deve publicar, na categoria informações, o que seja verdadeiro, pois a ficção é objeto dos romances, muito embora haja colunas jornalísticas, ou suplementos a ela dedicados” (Erbolato, 1991, p. 56).

O professor Nilson Lage aponta uma consequência marcante dessa relação das notícias com a verdade. É que além da imposição de serem, de maneira essencial, um relato verdadeiro, estrategicamente também é importante que elas sejam apresentadas como tal. Isto é, não basta que as notícias *sejam*, de fato, verdadeiras, é preciso adotar um procedimento que as faça *parecerem* realmente verdadeiras. “É também [a notícia] axiomática, isto é, afirma-se como verdadeira: não argumenta, não conclui nem sustenta hipóteses. O que não é verdade, numa notícia, é fraude ou erro” (Lage, 2006, p. 26).

Com efeito, o discurso jornalístico faz uso de verbos adequados a essa necessidade.

Notícias são fragmentos de aparências. Excluem, portanto, os verbos que se referem ao invisível e ao não-verificável, como *pensar*, *acreditar*, *confiar*. O que alguém pensa, ou aquilo em que o povo confia, não é notícia, salvo



quando manifestado (tornado aparente) num discurso, numa eleição (Lage, 2001a, p. 69).

Como afirmamos anteriormente, quando o princípio da verdade é desrespeitado, outro valor muito caro ao jornalismo fica prejudicado: a credibilidade. “As afirmações inverídicas, mesmo que inofensivas na aparência, fazem com que os leitores percam a confiança no jornal” (Erbolato, 1991, p. 129).

6. Rigor e exatidão

Associado ao valor da verdade, e para que seus produtos sejam reconhecidos como credíveis, o jornalismo está baseado também em outros princípios canônicos: o rigor e a exatidão no trabalho de transformação dos fatos em notícias. “Num estudo comparativo dos códigos deontológicos em 51 países, o acadêmico Porfírio Ansejo (1979) descobriu que os valores como o rigor e a verdade aparecem em quase todos os códigos” (Traquina, 2005, p. 135).

É que para ser considerada verdadeira, a notícia deve ser produzida respeitando os métodos de produção, ou seja, o relato deve ser produzido ‘exatamente’ na mesma medida em que os fenômenos se desenvolveram. A linguagem jornalística não tem o direito de realizar algum desvio, redução ou aumento ao que realmente aconteceu ou foi dito.

Quem escreve a notícia tem postura ética distinta: sua preocupação é saber se a informação tem importância ou desperta interesse bastante para ser publicada e como ressaltar essa importância ou interesse *mantendo a conformidade com os fatos* (Lage, 2006: 26) [grifos nossos].

Uma vez que é um valor importante para o jornalismo, a necessidade de ser rigoroso e exato acaba sendo expressa nos manuais de redação, que funcionam como códigos de conduta e de padronização da atividade. O manual da *Folha* chama a atenção justamente para o fato de que a agilidade imposta aos jornalistas não serve de justificativa para a imprecisão. Ou seja, a exatidão é um valor absoluto e, portanto, é independente do contexto. Erbolato afirma que a exatidão está diretamente associada à qualidade do produto jornalístico. Informações precisas são informações de ‘boa qualidade’.

“Só se considera completa uma notícia quando ela proporciona ao leitor a idéia *exata e minuciosa* sobre um acontecimento, ou mesmo previsão do que vai ocorrer” (Erbolato, 1991, p. 57) [grifos nossos].



Ainda no que diz respeito ao rigor e ao método, o Manual da *Folha* afirma que nada pode substituir as ‘boas práticas’ da atividade. Para ser exato, é preciso seguir o método próprio. Como consequência para a linguagem jornalística, temos que até mesmo a escolha dos termos que serão utilizados passa por esse princípio. O critério para definir as palavras deve obedecer à exatidão em detrimento de preocupações estilísticas.

“A diversidade no uso de vocábulos deve ser regida pela precisão, e não pela retórica. A variedade lingüística deve seguir o encadeamento lógico e interessante dos fatos, sem submetê-los a modelos pseudoliterários” (Manual, 2001, p. 30).

Como o valor da verdade depende da exatidão e rigor, o texto jornalístico deve fazer as referências à realidade da maneira mais precisa possível.

A busca de enunciados mais referenciais, concretos, justifica muito do trabalho na apuração de notícias: a hora exata do atropelamento, a placa do carro, o nome inteiro das pessoas, o número do túmulo vão ter, no texto, efeito de realidade, isto é, contribuir para a verossimilhança da história (Lage, 2001b, p. 42).

7. Honestidade

Outro valor da atividade que se apresenta associado ao princípio da verdade é a honestidade. Para ser verdadeiro, o relato deve ser produzido de maneira honesta. Isso significa que, no exercício da função, o jornalista tem a obrigação de seguir alguns procedimentos. Ele não pode desrespeitar esse decoro. Como primeira regra de conduta, não se deve esconder ou privilegiar informações em troca de favores pessoais ou interesses particulares.

“É injustificável suprimir notícias para proteger os próprios interesses” (Erbolato, 1991, p. 129). “Pense que você não exerce apenas uma função, mas uma missão. Sua função é informar-se. Sua missão, informar” (Erbolato, 1991, p. 126-127).

Outro procedimento que se justifica pelo princípio da honestidade é não escrever sobre empresas ou negócios com os quais se tenha algum tipo de relação, seja ele qual for. Os jornalistas também devem cuidar para não se envolverem demais com as fontes de informação, o que poderia comprometer a independência do campo e a honestidade do relato.



O valor da honestidade também é a causa para algumas regras de redação. Determinados eufemismos, por exemplo, devem ser evitados.

“Deve-se ter cuidado com o modismo recente de trocar denominações para ‘melhorar a imagem’ dos entes nomeados. Chamar uma pessoa de ‘idososa’ pode ser gentil, mas dizer que ela está ‘na melhor idade’ pode ser tomado como escárnio” (Lage, 2005, p. 130).

Por isso mesmo, ao se utilizar de sinônimos para evitar a repetição de palavras, deve-se optar pela denominação mais precisa e concreta possível. Assim cumpre-se com os princípios da honestidade, exatidão e verdade.

Por último, conforme já ficou implícito no último exemplo, acrescentamos que o princípio da honestidade se liga de maneira intrínseca ao próximo valor analisado: a objetividade.

8. Objetividade e equidade

Na prática, os valores atuam em conjunto. Certos códigos de conduta ou mesmo determinadas regras de redação encontram mais de um princípio como justificativa. Todos os princípios listados anteriormente estão, de alguma maneira, presentes no princípio da objetividade e são confirmados e reforçados por ele. Por meio deste valor capital para a atividade, o jornalismo se apresenta como relato livre, independente e autônomo, credível, verdadeiro, rigoroso, exato e honesto.

“Esta constelação de valores, a qual podemos acrescentar outros valores como o rigor, a exatidão, a honestidade e uma noção de equidistância, muitas vezes consagrada com o conceito de objetividade [...]” (Traquina, 2005, p. 134).

Vários autores identificam esse princípio como uma das estruturas mais fundamentais para o jornalismo. Muitas vezes, a objetividade é manifestada na forma de neutralidade e facticidade. “Os elementos formais comuns podem ser resumidos como tendo a ver com a *recorrência*, a *neutralidade* e a *facticidade*” (McQuail, 2003, p. 349).

Apesar de ser um dos valores mais essenciais para o jornalismo, a objetividade é também um dos princípios mais controversos da atividade. O professor Nelson Traquina explica que este valor está ligado, na verdade, não a uma espécie de culto aos fatos, mas a uma questão metodológica.



Assim, a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não-interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho. Nas palavras de Gaye Tuchman, a objetividade deve ser encarada como um ‘ritual estratégico’ (Traquina, 2005, p. 139).

Citando Tuchman, Traquina identifica quatro procedimentos que se baseiam neste princípio, ou seja, há quatro normas de conduta que são o resultado de uma tentativa de adotar esse procedimento dito objetivo. A primeira delas é a regra de sempre apresentar os dois lados de cada questão. Essa norma tem bastante destaque no Manual da *Folha* e, para as regras desse jornal, pode levar até ao cancelamento da publicação de determinado material.

Quando o repórter dispõe de uma informação que possa ser considerada prejudicial a uma pessoa ou entidade, é obrigatório que ele ouça ou publique com destaque proporcional a versão da parte atingida – esse procedimento, na *Folha*, é chamado de ‘ouvir o outro lado’. [...] O outro lado também pode levar o jornalista a refazer a sua apuração, ou mesmo abandonar a notícia, se trazer uma afirmação procedente que desminta a perspectiva inicial da reportagem (Manual, 2001, p. 26-27).

Uma ideia recorrente ligada ao princípio do contraditório é a de que o julgamento dos fatos compete ao leitor e não ao jornalista. Quem deve tirar as conclusões sobre os assuntos abordados pelo jornalismo são os próprios leitores. Os jornalistas devem se limitar a apresentá-los. O manual do jornal *O Estado de São Paulo* também indica o mesmo procedimento. “Faça textos *imparciais* e *objetivos*. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles, as próprias conclusões” (Martins, 1997, p. 17).

Como efeitos práticos dessa limitação, pode-se verificar até certas restrições vocabulares. “Por isso, *os adjetivos testemunhais e as aferições subjetivas devem ser eliminados*. [...] A norma é substituir tais expressões por dados que permitam ao leitor ou ao ouvinte fazer sua própria avaliação” (Lage, 2001b, p. 40).

E também uma restrição espacial. O que foi produzido de acordo com outros parâmetros deve ser destacado graficamente das notícias, deve ocupar um espaço nitidamente separado do material noticioso. “Se você tem vontade de comentar, escreva um tópico. O leitor tem o direito de julgar por conta própria. Dê-lhe isso sim, todos os elementos necessários à formação do julgamento (ou da informação)” (Erbolato, 1991, p. 126).

O segundo procedimento que faz parte do que Tuchman identificou como ‘ritual estratégico’ da objetividade é a apresentação de provas auxiliares. Além de ‘ouvir os



dois lados’, o jornalista deve procurar alguma prova material das afirmações que foram colhidas. É o que recomenda o Manual do jornal *O Estado de São Paulo*.

Registre no texto as *atitudes* ou *reações* das pessoas, desde que significativas: mostre se elas estão nervosas, agitadas, fumando um cigarro atrás do outro ou calmas em excesso, não se deixando abalar por nada. Em matéria de ambiente, essas indicações permitem que o leitor saiba como os personagens se comportavam no momento da entrevista ou do acontecimento (Martins, 1997, p. 19).

A terceira norma de conduta que responde ao princípio da objetividade diz respeito ao discurso indireto. Essa estratégia está associada à idéia de que o uso de citações, em certa medida, faz desaparecer a presença do repórter no discurso das notícias. As aspas tornam-se um elemento importante na linguagem jornalística.

“Os jornalistas vêem as citações de opiniões de outras pessoas como forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, os jornalistas acham que deixam de participar na notícia e deixam os ‘fatos’ falar” (Traquina, 2005, p.140).

É exatamente por esse motivo que o manual do *Estado de São Paulo* recomenda muita cautela ao se utilizar informações cujas fontes não possam ser identificadas:

Nas versões conflitantes, divergentes ou não confirmadas, mencione quais são as fontes responsáveis pelas informações ou pelo menos os setores dos quais elas partem (no caso de os informantes não poderem ter os nomes revelados). Toda cautela é pouca e o máximo cuidado nesse sentido evitará que o jornal tenha de fazer desmentidos desagradáveis (Martins, 1997, p. 19).

Por último, resta expor o quarto procedimento listado por Tuchman – e identificado como integrante do ‘ritual estratégico’ da objetividade dos jornalistas: a apresentação das notícias obedece sempre a um mesmo formato, ou seja, segue uma ‘seqüência apropriada’.

A notícia é o ‘relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante’. Quer isto dizer que a estrutura da notícia responde, não a valores subjetivos que estão na cabeça dos jornalistas, mas a características e atributos que estão nos próprios fenômenos. É como se a apresentação dos fatos na forma de notícia se desse de maneira quase natural, praticamente automatizada. É como se os próprios fatos determinassem a maneira como eles serão apresentados, cabendo, dessa forma, ao jornalista, uma atuação bastante limitada no processo. Alguns manuais e também outras obras reforçam essa polêmica leitura do processo.



“Procure dispor as informações em ordem *decrecente de importância* (princípio da pirâmide invertida), para que, no caso de qualquer necessidade de corte no texto, os últimos parágrafos possam ser suprimidos, de preferência” (Martins, 1997, p. 18).

“Toda reportagem deve ser iniciada com a informação que mais interessa ao leitor e ao debate público (o lide); deve ainda contextualizar os fatos e expô-los objetiva e criticamente, com exatidão, clareza, concisão, didatismo e uso correto da língua” (Manual, 2001, p. 28).

Cumpra ainda identificar que o princípio da objetividade – tão caro ao jornalismo – também se apresenta na forma da impessoalidade. Ou seja, como consequência desse valor, a linguagem jornalística deve se apresentar como um relato isento e impessoal. “[...] a perspectiva é, em geral, de um narrador *informado*, que omite os dados que desconhece e se oculta na impessoalidade do discurso [...]” (Lage, 2001a, p. 81).

Como efeitos desse valor, foram estabelecidas algumas normas de redação. São estratégias para a atividade apresentar-se discursivamente da maneira mais impessoal possível. Em primeiro lugar, não se deve fazer uso da primeira pessoa.

“A comunicação jornalística é, por definição, referencial, isto é, fala de algo no mundo, exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. *Isto impõe o uso quase obrigatório da terceira pessoa*” (Lage, 2001b, p. 39).

“Não use *formas pessoais* nos textos, como: *Disse-nos o deputado.../Em conversa com a reportagem do Estado...*” (Martins, 1997, p. 17).

9. Comunicabilidade e interesse

Outros princípios nos quais a atividade se estrutura são a comunicabilidade e o interesse. As mensagens jornalísticas devem, antes de qualquer coisa, comunicar, devem se fazer entender. Quem escreve também tem o compromisso de escolher temas e abordagens que dizem respeito ao interesse público. “A notícia deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público” (Erbolato, 1991, p. 55).

“Partimos de uma característica sua: comunicabilidade ou a possibilidade de compreensão da mensagem por número razoável de receptores dispersos, com repertórios variados” (Lage, 2001a, p. 78).



Tendo em vista que o público consumidor de notícias é bastante diversificado, o primeiro resultado desse imperativo da atividade é a escolha de um registro da língua que dê conta do maior número de pessoas possível.

“A *simplicidade* é condição essencial do texto jornalístico. Lembre-se de que você escreve para *todos os tipos* de leitor e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político econômico, internacional ou urbanístico” (Martins, 1997, p. 15).

O registro coloquial da língua deve ser o ponto de partida do código jornalístico.

“Utilizam-se, sempre que possível, palavras do registro formal admissíveis no registro coloquial da linguagem, isto é, aquelas que pertencem, ao mesmo tempo, ao conjunto dos itens léxicos aceitos na linguagem formal e na linguagem coloquial” (Lage, 2005, p. 129).

Deve-se evitar palavras que fujam da linguagem cotidiana ou que pressupõem algum conhecimento especializado do leitor.

“Eliminam-se, sempre que possível, palavras estrangeiras, de gíria local e jargão profissional. [...] 6 – A teoria geral por trás das escolhas é de que a precisão é relativa, dependendo do contexto e do (s) destinatário (s) da informação” (Lage, 2005, p. 130).

O Manual do *Estado de São Paulo* sugere algumas diretrizes para que um texto seja escrito de maneira acessível como, por exemplo, frases curtas e na ordem direta.

“Seja *claro, preciso, direto, objetivo e conciso*. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir que o leitor faça complicados exercícios mentais para compreender o texto” (Martins, 1997, p. 15).

Dessa maneira, as normas de produção e redação jornalísticas acabam cristalizando um único tipo de registro. Isso restringe o número de expressões que são largamente utilizadas e que, por isso, são mais facilmente reconhecidos pelos leitores, numa espécie de ciclo vicioso.

A redução dos itens léxicos e dos operadores utilizados facilita não só a comunicação e o reconhecimento do leitor, como também permite a otimização do trabalho de controle da qualidade da notícia. Esses imperativos também trazem conseqüências para a ordem na qual a notícia deve ser apresentada. O lide é uma técnica que reponde a esses valores.



“Qualquer notícia deve responder as seis perguntas clássicas: Quem? Quê? Quando? Onde? Por quê? Como?” (Erbolato, 1991, p. 65).

“Na *pirâmide invertida* a seqüência é esta: a) entrada ou fatos culminantes; b) fatos importantes ligados à *entrada*; c) pormenores interessantes; d) detalhes dispensáveis” (Erbolato, 1991, p. 66).

E não é só a organização de cada notícia, mas o noticiário como um todo deve ser pensado na mesma estrutura.

Atenção especial deve ser dada à seqüência de títulos e reportagens nos cadernos. A edição deve ser capaz de hierarquizar a leitura, em cada página e na seqüência delas, de maneira clara, organizada e em ordem progressiva de interesse, a fim de não confundir o leitor (Vários, 2001, p. 34).

10. Considerações Finais

Neste trabalho, procuramos esclarecer o modo próprio de codificação do jornalismo; o lugar de onde a atividade ‘fala’. Propusemos uma lista de valores e, a partir dela, descrevemos suas conseqüências no que diz respeito a procedimentos e regras de redação dessa produção discursiva, dessa forma específica de apropriação e significação da realidade.

Está certo que as regras de redação e procedimento não funcionam como uma lei rígida e indiscutível; e também nos parece claro que os próprios valores do jornalismo, que servem de base para a definição das técnicas de produção jornalística, são sempre objeto de uma constante disputa. Mas como procuramos mostrar, existe uma série de princípios, partilhados pelos que se ocupam da atividade, que estabelecem qual é a melhor maneira de ‘traduzir’ os acontecimentos; neste trabalho, nos foi possível apontar quais são os valores que determinam o que é o ‘bom’ jornalismo e como ele deve ser realizado.

Acreditamos que aqueles que produzem as notícias devem conhecer com mais clareza quais são as estratégias e procedimentos que são subjacentes à sua prática e que podem estar a serviço de um jornalismo menos crítico e mais automatizado. Este artigo quer deixar uma pequena contribuição: a proposição de uma lista de valores fundamentais do jornalismo e seus efeitos.



Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em Jornalismo*. São Paulo: Ática, 5.ed., 1991.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 3.ed., 2001a, (orig. 1979).

_____. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 7.ed., 2001b.

_____. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 6.ed., 2006.

MCQUAIL, Denis. *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*, Florianópolis: Insular, 2.ed., 2005.

MANUAL *da Redação*: Folha de São Paulo, São Paulo: Publifolha, Edição 2001, 2001.