

Heródoto Barbeiro
Paulo Rodolfo de Lima

Manual de Radiojornalismo

Produção, Ética e Internet

Como elaborar uma pauta e conduzir uma entrevista

Como fazer uma reportagem e produzir um programa jornalístico

Técnicas específicas de redação e edição para o rádio

As perspectivas do rádio via Internet




EDITORA
CAMPUS

A Produção

“A mídia é o único poder que tem a prerrogativa de editar suas próprias leis, ao mesmo tempo que sustenta a pretensão de não se submeter a nenhuma outra.”

Paul Virilo

Os programas em uma emissora *all-news* podem ser jornais ou programas jornalísticos propriamente ditos. Estes têm como característica uma abrangência maior, com o aprofundamento dos temas, e sem preocupação com a concisão que caracteriza o jornal de rádio. O programa também está comprometido com o caráter instantâneo da notícia, mas, por sua característica, tem espaço para mais reportagens, entrevistas, debates, mesas-redondas etc. É o espaço reflexivo da programação. A participação da reportagem é mais ampla, com temas que versam, além dos assuntos do dia, sobre esporte, comportamento, artes, espetáculos, prestação de serviços, economia e política entre outros. Mesmo no programa, as reportagens e entrevistas têm, obrigatoriamente, de ostentar gancho jornalístico. Produtor, âncora, assistente de produção, operador de áudio e toda a redação devem estar integrados ao programa.

Muitas reportagens apresentadas nesses programas podem gerar suítes ou desdobramentos nos jornais da emissora. O material pode ser editado para apresentação nos programas subseqüentes. As reportagens elaboradas a partir da pauta, exclusivas, que fogem do dia-a-dia, têm mais espaço para apresentação por aprofundarem mais os assuntos.

Estabelecida esta proposta de se apresentar um programa-jornal, vamos às orientações:

pro-
acte-
as, e
o. O
co da
gens,
ogra-
ver-
artes,
utros.
men-
pro-
os ao
r suí-
de ser
agens
a. têm
jornal,

- ✓ O produtor deve eleger um tema mais importante para iniciar o programa, um assunto que interesse ao ouvinte e provoque impacto a ponto de sensibilizar a audiência. Mas ele também está comprometido com a instantaneidade da notícia.
- ✓ A rotatividade da audiência nunca deve ser esquecida. Os jornais de rádio devem ser repaginados a cada meia hora com uma seqüência de assuntos que atraiam a atenção. Os programas aceitam paginações pré-produzidas.
- ✓ Há necessidade de participação coletiva na escolha dos temas e entrevistas. Muitas vezes, um bom assunto passa por todo mundo e ninguém se lembra de abordá-lo. Por isso, mais uma vez, é preciso não esquecer de que jornalismo se faz em equipe. Jornalistas oniscientes ainda não existem.
- ✓ A leitura de artigos assinados de jornais e revistas é obrigatória para âncoras e produtores. Os autores geralmente têm credibilidade e abordam temas polêmicos, que podem render entrevistas e desdobramentos.
- ✓ O produtor deve estar atento ao enfoque do noticiário de outras emissoras de rádio e da televisão. O apoio da central informativa é fundamental.
- ✓ Para o desenvolvimento de determinados temas não há limite geográfico. A notícia deve ser perseguida onde quer que esteja. O telefone e a Internet facilitam o trabalho do rádio.
- ✓ Parte-se do princípio de que o programa deve abordar o que o ouvinte quer saber e não o que queremos dizer para ele. O ouvinte é o cliente diário e razão de existência da emissora jornalística.
- ✓ Verificar a produção dos programas anteriores é obrigação diária. Vários temas podem ser aprofundados no programa seguinte. Não há limite de esgotamento, a não ser aquele imposto pelo próprio assunto.
- ✓ O produtor deve ter sempre em mente a realização de debates e mesas-redondas. O debate é uma forma democrática de discussão e contribui para o esclarecimento do ouvinte.
- ✓ Assuntos complexos devem ser brifados para o âncora pela produção; ninguém é obrigado a entender de tudo. A Internet no estúdio contribui para a agilidade e riqueza das informações.

- ✓ Programas jornalísticos ao vivo têm alto grau de risco. Por isso, é necessário cuidado na veiculação de reportagens, denúncias, nomes de pessoas ou empresas etc.
- ✓ O contato com pessoas, empresas ou entidades acusadas durante uma entrevista deve ser imediato. Ouvir todos os lados da notícia é a prioridade do bom jornalismo.
- ✓ O âncora deve citar programas anteriores, referindo-se a reportagens, participações de comentaristas, correspondentes, repórteres, enfim todos os profissionais envolvidos na busca e apresentação da notícia. Isso familiariza o ouvinte com toda a equipe.
- ✓ Sempre que possível vamos praticar a interatividade. Ela é uma ferramenta de trabalho, fonte de pauta, canal de comunicação com o ouvinte e funciona como ombudsman dos programas. Divulgue o endereço para carta, e-mail, o número do fax e do telefone para o ouvinte.
- ✓ Quando se anuncia que em determinado dia vai acontecer alguma coisa, não se deve esquecer. Anunciar é estabelecer um compromisso com o ouvinte. Por isso, anúncios devem ser anotados na agenda do programa.
- ✓ A participação dos repórteres deve ser prioridade na programação, mas nem sempre a entrada pode ser ao vivo. Se perceber que ele vai esperar muito, peça para gravar. Deixar repórter esperando para entrar no ar emperra a produção e a central técnica.
- ✓ A utilização pela chefia de reportagem da palavra *urgente* faz com que qualquer coisa que esteja no ar seja interrompida para a informação do repórter. Por isso, deve-se usar o máximo critério para afirmar que alguma intervenção é urgente.
- ✓ A repetição de matérias é possível desde que seja um assunto importante. Deve-se considerar o princípio de que a audiência é rotativa.
- ✓ O operador de áudio é parte integrante da equipe enquanto o programa está no ar. Deve ser respeitado não só como profissional imprescindível, mas também como colaborador. É necessário bom entendimento com ele. Avisar antes o que vai acontecer ajuda a evitar mal-entendidos, ainda que produtor e âncora sejam soberanos em suas decisões.

isso, é
omes
rante
ia é a
orta-
eres,
o da
erra-
vin-
reço
uma
mis-
nda
ção,
e vai
para
que
ção
nar
or-
a
ro-
nal
om
vi-
os

- ✓ O uso de música em entrevistas com artistas ou mesmo para ilustrar uma notícia é desejável. Mas a escolha de uma canção que não tenha a ver com o assunto pode ser um convite para mudar de estação.
- ✓ A agenda é fundamental para o programa-jornal. Os telefones dos entrevistados devem estar sempre atualizados na agenda do computador pelo produtor ou assistente.
- ✓ O produtor deve estar sempre em contato com as fontes. Notícias interessantes podem surgir de uma conversa informal.
- ✓ Há entrevistados que sempre são notícia e não precisam de pautas para participar. O presidente da República, o governador, o prefeito e personalidades de renome internacional são alguns.
- ✓ Em caso de mudança de pauta, deve-se ligar desmarcando a entrevista agendada. Este é um ponto de honra: é melhor assumir com o entrevistado o cancelamento do que deixá-lo esperando.
- ✓ As entrevistas feitas durante o programa devem ser encaminhadas ao editor com o respectivo material de apoio. Converse com o editor sobre o trecho da entrevista considerado mais importante.
- ✓ Vale repetir o entrevistado desde que ele tenha novas e importantes informações para acrescentar ao noticiário. Tome cuidado tanto com os *habitués* quanto com os que se oferecem. Nunca se põe entrevistado no ar apenas para tapar buraco.
- ✓ É natural que médicos, advogados, consultores e outros especialistas queiram aparecer na mídia. Isto vai lhes trazer retorno direto ou indireto, na carreira ou na vida econômica. Contudo, não se pode arriscar a credibilidade abrindo espaço para pessoas que têm como mais importante a dizer apenas o endereço e o telefone.
- ✓ Organizações não-governamentais também devem ser analisadas. Muitas são escritórios de advocacia disfarçados, que cobram mensalidades e honorários sob a capa de utilidade pública. Outras são entidades fantasmas, sem representatividade social e que promovem política e economicamente seus eternos presidentes.
- ✓ Assuntos relacionados à saúde e à beleza têm grande espaço na imprensa, principalmente quando se trata de novas descobertas, novos remédios ou métodos que mexam com a vaidade das pessoas. Há necessidade de se fazer distinção entre os que realmente têm a

dizer e os que não são idôneos. Muitas clínicas se enquadram no perfil de baixa credibilidade, principalmente as que cuidam de cirurgia plástica, estética, obesidade, impotência, implantes etc. É melhor procurar especialistas nas universidades ou entidades oficiais dessas categorias.

- ✓ É preciso cuidado com o excesso de vinhetas e seções no programa. Elas truncam o noticiário e podem espantar o ouvinte. Lembre-se de que ele tem à disposição outras emissoras concorrentes.
- ✓ O produtor deve se precaver contra a falta de notícias nos fins de semana e feriados. Entrevistas podem ser agendadas com antecedência ou gravadas. Merecem atenção especial a prestação de serviços (estradas, aeroportos, meteorologia, lazer) e o esporte.
- ✓ Terminado o programa, o produtor, com a ajuda do âncora e do assistente, redige o relatório, aberto por todos, com nome, assunto e telefone dos entrevistados e demais ocorrências do programa.
- ✓ A redação trabalha para o programa que está no ar. O produtor deve manter contato permanente com o editor, redator, radioescuta e chefe de reportagem.
- ✓ Notícias inéditas, instantâneas, verdadeiros furos jornalísticos podem ser apresentados como "Plantão". Pode ter uma vinheta característica para chamar a atenção. Contudo só deve ser usada para notícias excepcionais. A utilização indiscriminada arruína a qualidade do Plantão e sua credibilidade.
- ✓ A conquista da audiência exige o esforço de todos, mas não é sacrificando o conteúdo do noticiário e os limites éticos do jornalismo que a emissora adquire credibilidade.

no
ur-
hor
sas

na.
-se

de
n-
gos

do
o e

ve
a e

em
ca
ias
do

fi-
ue

A Pauta

“A alma do jornalismo, o bom serviço que a imprensa pode prestar é contar boas histórias através de boas reportagens que iluminem, num sentido amplo e profundo, o cotidiano das pessoas.”

José Francisco Sánchez

O pauteiro é o “pensador” por excelência, aquele que na imensidão dos acontecimentos capta o que pode ser transformado em reportagem. Esse trabalho vai além da seleção dos assuntos do dia. O pauteiro deve planejar reportagens exclusivas, fugir do conceito enraizado ao longo do tempo de que o rádio, quando não está cobrindo o factual, limita-se a repercutir os jornais. É preciso criar.

O pauteiro pensa o assunto por inteiro e indica os caminhos que devem ser percorridos para que a reportagem prenda a atenção do ouvinte, atinja o público-alvo da emissora. Ele apóia decisivamente a construção da reportagem, sugerindo perguntas e caminhos para o repórter. Este tem liberdade de interpretar a pauta, mudá-la no meio do caminho ou simplesmente comunicar que ela é inexecutável por motivos que devem ser explicados à chefia.

As dicas para a pauta:

- ✓ Tudo o que for relevante para a sociedade é objeto de interesse jornalístico e de pautas: política, economia, cultura, ciência, religião, comportamento, meio ambiente, esporte, os problemas da cidade etc. O que deve ser avaliado é a importância dos assuntos. Nenhuma rádio tem condições de cobrir tudo o que acontece.

- ✓ O pauteiro busca sugestões para o desenvolvimento de reportagens em fontes como agências de notícias, Internet, jornais, fax, reclamações de ouvintes, relatórios de repórteres e radioescutas, revistas, acompanhando o noticiário de outros veículos, presenciando um fato na rua etc. Obviamente, nem mesmo um competente grupo de pauteiros pode apontar tudo o que está acontecendo. Por isso, sugerir pautas deve ser uma iniciativa de todo jornalista.
- ✓ Os assuntos a serem enfocados na programação do dia, o planejamento de reportagens para o dia seguinte e a necessidade de se continuar com determinadas matérias são definidos nas reuniões de pauta.
- ✓ A reportagem pode se dar tanto na cobertura de um acontecimento previsto na agenda do dia como na construção de uma reportagem previamente elaborada. Mas nunca se deve confundir pauta com agenda.
- ✓ O texto da pauta tem de ser informativo, sucinto, com *lead* e *sublead*, uma vez que serve de roteiro para o repórter. O pauteiro também deve sugerir perguntas, mas sem cair no óbvio. O material de apoio deve sempre estar anexado à pauta.
- ✓ Fatos sociais são dinâmicos. Por isso, é preciso atenção para que, durante o período de elaboração de uma reportagem, novos acontecimentos determinem possível mudança do enfoque ou mesmo a queda da pauta.
- ✓ Ganhar tempo é importante. Cabe ao pauteiro incluir na pauta dados sobre os entrevistados, telefones e endereços onde podem ser encontrados, além de evitar, se possível, locais de entrevistas muito distantes uns dos outros para o mesmo repórter. Geralmente, ouvem-se dois ou mais entrevistados, cujas falas são relevantes para ilustrar a história contada na reportagem.
- ✓ O pauteiro deve conseguir autorizações para que o repórter possa entrar em locais públicos e privados com antecedência, sob risco de o profissional não conseguir realizar sua reportagem.
- ✓ Nunca se deve deixar um entrevistado esperando se houver queda da pauta ou mudança de assunto. É questão de respeito avisar que a entrevista foi cancelada.

gens
ma-
stas,
um
o de
ge-
jea-
con-
s de
ento
gem
com
ad,
ém
oio
que,
te-
o a
uta
ser
ito
ou-
ara
ssa
o de
da
e a

- ✓ O assédio ao pauteiro por pessoas, instituições e empresas para que seus trabalhos sejam publicados é grande. O pauteiro deve se guiar pelo interesse jornalístico e, portanto, social do conteúdo das pautas sugeridas. Este é o único critério para que uma sugestão de pauta seja aceita.
- ✓ As assessorias de imprensa não devem ser discriminadas, mas não são fontes principais de informação. Elas são a ponte entre o jornalista e o entrevistado, entre o veículo de comunicação e a empresa pública ou privada. Quando uma empresa fala somente por intermédio da assessoria de imprensa, deve-se divulgar uma nota pé com a versão da empresa, atribuída à assessoria.
- ✓ Os *releases* podem ser tanto boas fontes de informação quanto de erros grosseiros, já que são preparados para fins específicos de divulgação. Cabe ao pauteiro checar a precisão das informações que eles contêm e avaliar o interesse para o público.
- ✓ Um grande assunto pode valer uma pauta temática. Durante alguns dias os principais programas desenvolvem um determinado tema e procuram explorar todos os ângulos possíveis do assunto com entrevistas, reportagens, a participação de correspondentes de vários locais do Brasil e do exterior, edições, notas, comentários etc. A pauta temática pode ser encerrada com um debate no estúdio entre especialistas de opiniões divergentes.
- ✓ O pauteiro deve elaborar uma agenda com os principais acontecimentos previstos para os fins de semana e feriados. Saber, por exemplo, o que o prefeito e o governador vão fazer no domingo é importante para o planejamento do plantão.
- ✓ Um bom arquivo é fundamental para o pauteiro. Informações que não são utilizadas na pauta de hoje podem ser úteis amanhã.

O Texto

Recomendações para redatores, repórteres e editores

“Após aprontar um texto, eu o releio e vou expulsando as palavras que não pagaram entrada no lotação. Não se pode deixá-las se apertando, fora de lugar.”

J.J. Veiga

“Escrever para quem ouve é escrever como quem fala.”

Iván Tubau

O texto jornalístico segue normas universais. Em qualquer veículo impresso ou eletrônico, o redator deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo. O que difere o texto do rádio em relação aos veículos da imprensa escrita é a instantaneidade do meio. O ouvinte só tem uma chance para entender o que está sendo dito. Lembre-se de que a mensagem no rádio se “dissolve” no momento em que é levada ao ar. Para que a missão de conquistar o ouvinte seja alcançada, o texto deve ser coloquial. O jornalista precisa ter em mente que está contando uma história para alguém, mas sem apelos à linguagem vulgar, e, acima de tudo, respeitando as regras do idioma.

Veja algumas recomendações para a redação do texto no rádio. O aprimoramento vem com a prática, a consulta dos livros de gramática e muita leitura para enriquecer o vocabulário:

- ✓ O texto no rádio pode ser corrido, quando lido por um único locutor, ou manchetado, quando lido por dois locutores. No texto corrido, um período segue-se ao outro na página do computador; no

estilo manchettato os períodos são divididos, geralmente em duas linhas cada. A decisão pelo uso do texto corrido ou manchettato cabe à direção da emissora e ao departamento de jornalismo.

- ✓ O texto começa com o *lead*. Procure a novidade, o fato que atualiza a notícia e a torna o mais atraente possível. A missão do redator é conquistar o ouvinte na primeira frase. Se esta não levar à segunda, a comunicação está morta.
- ✓ O texto deve ter uma seqüência lógica, na ordem direta. A regra é simples: sujeito + verbo + predicado.
- ✓ A adjetivação excessiva ou inadequada enfraquece a qualidade e o impacto da informação. Substantivos fortes e verbos na voz ativa reforçam a densidade indispensável ao texto jornalístico.
- ✓ Evite frases longas: elas dificultam a respiração do locutor e são mais difíceis de serem entendidas pelo ouvinte. Cada frase deve expressar uma idéia.
- ✓ O texto precisa ter ritmo: use frases curtas, que não sejam telegráficas, e evite frases intercaladas, entre vírgulas. A pontuação merece atenção especial. Ela não é a mesma dos textos de jornais. É um auxílio e uma indicação para o ritmo da leitura.
- ✓ Evite o uso do *não* no *lead*. Se a notícia começar com uma negativa, dificilmente o ouvinte vai ter interesse em acompanhá-la até o final. *Redija o que aconteceu, ninguém liga o rádio para saber o que não aconteceu.*
- ✓ O uso do *ontem* no *lead* envelhece a notícia no rádio. Explique ao ouvinte quando o fato aconteceu em outro período do texto.
- ✓ Evite começar o texto com as palavras *continua* ou *permanece*. Procure um enfoque novo para não dar a conotação de que o assunto está superado. Outra palavra que deve ser evitada no início do texto é *parece*. O ouvinte pode ter a sensação de que o jornalista está inseguro ou não domina o assunto tratado.
- ✓ As gírias têm o poder de tornar as conversas mais informais. Contudo, elas vulgarizam o texto e não devem ser usadas, a não ser em situações especiais, ou se estiverem consolidadas no vocabulário do dia-a-dia.
- ✓ A repetição de palavras empobrece o texto, mas é preciso cuidado com o uso dos sinônimos. O redator de bom senso não vai substi-

tuir *hospício* por *nosocômio*. Repita a palavra quando for importante para a clareza da notícia.

- ✓ Fique atento ao efeito sonoro das rimas e palavras com a mesma terminação. Não é agradável ouvir “O *temporal* na *capital* alagou a *marginal*”, “A *organização* da *programação* da *televisão*.”
- ✓ Cuidado com os cacófatos. O encontro de sílabas de palavras diferentes pode formar som desagradável ou palavra obscena. Por exemplo:

*boca dela, confisca gado, de então, ela tinha, marca gol,
nunca gostou, nunca ganhou, por cada, por colocar, por razões,
por rádio, toma linha etc.*

Existem cacófatos que podemos evitar substituindo a palavra por um sinônimo ou mudando a estrutura da frase. Por exemplo:

O prêmio *por cada* vitória.
O prêmio *para cada* vitória.

Nunca ganhou uma eleição.
Jamais ganhou uma eleição.

- ✓ O uso de aspas deve ser evitado. Além de dificultar a entonação pelo locutor, pode dar ao ouvinte a impressão de que o texto é opinativo.
- ✓ Em texto de rádio não se usam parênteses. O locutor vai ter dificuldades se você redigir “O senador José da Silva (PMDB-RO) disse...” No rádio é assim: “O senador José da Silva, do PMDB de Rondônia, disse...”
- ✓ Os artigos não devem ser suprimidos, especialmente nas manchetes. O rádio não precisa, como no jornal, economizar o espaço necessário para a impressão de uma ou mais letras.
- ✓ O uso dos pronomes possessivos *seu, sua, seus e suas* pode confundir quem acompanha o noticiário. O ouvinte pode entender que está se falando dele ou de alguma pessoa ou objeto de suas relações pessoais. Por isso, é melhor redigir “O deputado saiu com a mulher

dele” em vez de “O deputado saiu com sua mulher”. Contudo, para esta regra, como aliás para a maioria delas, há exceções.

- ✓ Não se usam artigos antes de nomes próprios. Pressupõe uma intimidade incompatível com a linguagem jornalística. Por exemplo: “o Itamar Franco”, “o Pedro Malan” etc.
- ✓ Verifique se o artigo *um* tem função na frase. Por exemplo: “o jogador sentiu medo” é melhor que “o jogador sentiu um medo”.
- ✓ O uso indiscriminado dos pronomes pessoais também pode causar confusão. Só redija *ele, ela, eles, elas* quando o ouvinte puder ter certeza de quem se trata. Nem sempre quem ouve o noticiário lembra de quem se está falando.
- ✓ Não confunda os pronomes demonstrativos *este* e *esse*. *Este* indica o que está mais próximo de quem fala ou escreve. *Esse* indica o que está mais distante de quem fala ou escreve.
- ✓ Evite os gerúndios. Eles deixam as frases longas e enfraquecem o texto.
- ✓ Fuja do “*queísmo*”. Repetir o “que” numa frase prejudica o ritmo e empobrece o texto.
- ✓ Cuidado com o uso coloquial de pronomes pessoais como objeto direto. É horroroso ouvir: “O promotor convocou *ele* para prestar depoimento.”
- ✓ Os pronomes *cujo, cuja* não têm som agradável no rádio.
- ✓ Escreva na lauda (alto da página do computador) a forma correta da pronúncia do nome de uma pessoa ou de determinado lugar. Não esqueça de anotar as observações referentes às checagens das informações e validade do texto.
- ✓ Cada assunto deve ocupar uma página do computador.
- ✓ As palavras que precisam ser ditas com mais ênfase devem ser sublinhadas ou escritas em **negrito**. O mesmo vale para palavras estrangeiras ou nomes próprios.
- ✓ Endereços, CEPs, telefones, e-mails etc. devem ser repetidos para que o ouvinte tenha chance de anotá-los.
- ✓ A leitura de frase no singular é mais fácil do que no plural. Erra-se menos. Plural só quando for inevitável.

- ✓ Prefira o uso do presente do indicativo e do futuro composto quando se referir ao que vai acontecer. No rádio soa melhor “O presidente viaja amanhã” ou “O presidente vai viajar amanhã” do que “O presidente viajará amanhã”. Use o verbo no passado quando for importante para a clareza da informação.
- ✓ Avalie os verbos usados nas declarações. Os mais usados são *dizer* e *afirmar*. Cuidado com o verbo *falar*; no rádio ele pode parecer óbvio se não for usado com bom senso. *Informar* significa relatar um fato. *Garantir* é assegurar, dar certeza absoluta. *Declarar* significa pronunciar, dizer. *Admitir* tem o sentido de confessar. O verbo *advertir* é ambíguo: tem sentido de censurar, chamar a atenção etc.
- ✓ Seja criterioso no uso dos verbos no futuro do pretérito, eles expressam dúvida ou incerteza. Devem ser usados quando se tem consciência de um fato social, mas não há provas.
- ✓ Cuidado com os verbos *dever* e *poder*. Eles são ambíguos: indicam capacidade e possibilidade. O verbo *querer* indica intenção, nunca decisão.
- ✓ Use o *cargo*, *profissão* ou *título* para identificar autoridades e personalidades. Lembre-se de que a forma de tratamento deve vir antes do nome. No caso de pessoa que morreu no exercício do cargo não se usa “ex”. Pessoas já consagradas dispensam qualificação. Exemplos: Pelé, Madonna etc. Respeite os casos em que a pessoa é conhecida pelo nome completo. Não use *senhor* e *senhora* no texto.
- ✓ Traduzir ou não nomes estrangeiros? Esta é uma polêmica que ocorre em todas as redações. As orientações oficiais mandam traduzir. Pouca gente obedece. Veja o caso da cidade de New York, que normalmente é traduzida pela metade: Nova York. Como fazer com Buenos Aires? Seria Bons Ares? Como vamos grafar os nomes dos filósofos iluministas franceses Rousseau e Voltaire? E as palavras usadas na informática, como megabyte e mouse? O melhor é usar o bom senso, ou seja, a forma como as pessoas falam coloquialmente, tomando cuidado para não abusar dos estrangeirismos e sem impor regras que podem agradar a gramática e agredir o ouvinte ou vice-versa.
- ✓ Nomes estrangeiros que não acrescentam nada à informação podem ser omitidos. Avalie a notícia. Será que o ouvinte tem interesse em saber o nome do policial que informou o número de mortos no atentado no metrô de Moscou? Basta atribuir a informação à polícia russa.

uan-
presi-
e "O
o for

zer e
óbvio
a fato.
nun-
tir é

pres-
cons-

licam
unca

onali-
es do
ão se
mplos:
hecida

ocorre
Pouca
mente
Aires?
minis-
nática,
seja, a
o para
gradar

podem
sse em
o aten-
russa.

- ✓ As siglas mais conhecidas e de partidos políticos não precisam ser desdobradas. Podemos usar INSS, FMI, ONU etc. Mas casos como SNEL, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, merecem desdobramento. Também podemos fazer adaptações: FED, o banco central dos Estados Unidos; FAO, órgão das Nações Unidas de incentivo à agricultura.
- ✓ A redação de números exige algumas regras para facilitar a leitura pelo locutor.
Escreva por extenso:
Certo: trinta e duas mil pessoas.
Errado: 32 mil pessoas.
Certo: quinhentas caixas.
Errado: 500 caixas.
Certo: O Papa João Paulo Segundo.
Errado: O Papa João Paulo II.
Certo: quinze vírgula oito por cento ou 15 vírgula 8 por cento.
Errado: 15,8%.
Certo: zero vírgula quatro por cento.
Errado: 0,4%.
Certo: meio por cento.
Errado: 0,5%.
Certo: um milhão e 800 mil reais.
Errado: R\$ 1.800.000,00.
Certo: 16 de outubro de mil 975.
Errado: 16/10/75.
Certo: dois terços da população.
Errado: 2/3 da população.
Certo: 120 quilômetros por hora.
Errado: 120 km/h.
Certo: três quilos e 400 gramas.
Errado: 3 kg e 400g.
Certo: dez da manhã.
Errado: 10h00.

Prefira a forma coloquial:

Meio-dia, em vez de 12 horas.

Onze e meia da noite, em vez de 23 horas e 30 minutos.

Meia-noite, em vez de zero hora ou 24 horas.

✓ Simplifique:

- Não é preciso dizer que o apostador premiado da megassena vai receber seis milhões, 419 mil, 623 reais e 57 centavos. A informação vai chegar de forma mais clara ao ouvinte se redigirmos seis milhões e 400 mil reais.
 - Não diga que o adversário de Gustavo Kuerten é o quadragésimo sétimo da lista da Associação dos Tenistas Profissionais. Basta dizer que é o número 47 da lista.
 - Localize os distritos policiais pelos bairros e regiões da cidade. É uma tortura ouvir septuagésimo oitavo distrito policial.
 - Em vez de “o juiz da primeira vara criminal de Uberlândia...”, podemos simplificar o texto se redigirmos “a Justiça de Uberlândia...” Verifique cada caso: se não houver prejuízo à informação sempre é possível “enxugar” o texto.
- ✓ O uso de porcentagens ajuda o ouvinte a ter melhor dimensão do fato. Há diferenças entre “A geada causou a perda de dois milhões de sacas de café” e “A geada causou a perda de dois por cento da produção anual de café”. Se ficarmos apenas nos “dois milhões” o ouvinte pode pensar que o prejuízo é maior do que representa no contexto da informação.
- ✓ Nos textos em que forem citados valores em moedas estrangeiras é recomendável a conversão para o Real. Mesmo com a globalização popularizando o dólar no noticiário, a conversão ajuda o ouvinte a ter a dimensão da quantia envolvida.
- ✓ Muitas vezes é necessária consulta para traduzir medidas estrangeiras essenciais para a redação de uma notícia. Quanto vale uma milha terrestre? E uma milha náutica? E um nó? E um pé? São termos que indicam extensão, altura e velocidade usados tanto na aviação como na marinha. Ao dizer que a explosão no avião ocorreu a 20 mil pés

vai
ma-
seis

mo
zer

É

de
br-

do
de
ti-
re
so

é
so
a

A
A
A
A
A
A

de altitude, é melhor dizer a seis mil metros de altitude. Não confunda com altura: altitude é a partir do nível do mar, altura é a partir do solo. Acidentes geográficos e rotas aéreas são expressos em altitude. No caso de velocidades (milhas, nós etc.) diga sempre o equivalente em quilômetros por hora.

- ✓ O rádio é um veículo que exige agilidade do jornalista, mas a pressa não é desculpa para textos mal redigidos. A concentração é fundamental para se redigir um texto em tempo hábil e sem erros. Detalhes que parecem insignificantes comprometem a informação. Exemplo: "O ator *fulano de tal*, considerado o homem mais belo do Brasil, disse...." Considerado o mais belo por quem?
- ✓ A revisão deve ser feita com a leitura em voz alta. Ela facilita a descoberta de erros no ritmo das frases, na combinação e digitação de palavras. *A leitura em voz alta pelo redator é a melhor maneira de evitar erros que "derrubam" o locutor.*

A Edição

"Jornalismo é separar o joio do trigo. E publicar o joio."

Mark Twain

A edição é a forma de se construir de maneira mais organizada uma reportagem ou uma seqüência de sonoras capazes de relatar um fato jornalístico. As edições devem ser enxutas, ricas em conteúdo e didáticas, para que o ouvinte saiba do que se está falando.

O editor é o filtro do produto jornalístico, o responsável final pelas reportagens levadas ao ar. Ele corrige os erros detectados e avalia o tempo da reportagem, considerando a qualidade e a importância do assunto. O editor pode vetar o uso da matéria se ela não for de interesse do público-alvo da emissora ou se os fatos não estiverem bem apurados.

Vamos às orientações:

- ✓ A edição deve sempre refletir a verdadeira condição dos fatos. É uma questão ética. O editor jamais deve usar os recursos de informática para deturpar uma entrevista.
- ✓ Podemos considerar razoável o tempo de 30 segundos para cada sonora, mas há exceções: um assunto importante, uma declaração polêmica, a necessidade de ouvir o outro lado e até a capacidade de síntese do entrevistado influem no tempo da edição.
- ✓ O editor pode construir uma matéria usando sonoras obtidas pelos repórteres, além de entrevistas dos âncoras no estúdio e de emissoras de TV autorizadas.
- ✓ Enquanto faz a seleção dos melhores trechos, o editor também deve "limpar" a sonora, eliminando os longos períodos de silêncio, tosses,

titubeios e demais imperfeições. Ele faz também o trabalho de pós-produção da reportagem.

- ✓ Preste atenção no ritmo da fala, entonação, pausa e respiração. Esses detalhes são importantes nos cortes e emendas necessários numa edição.
- ✓ Os pontos ideais para cortes e emendas são descobertos pelo editor com a prática e a sensibilidade. A regra básica é dar sentido à fala. A sonora deve terminar com a entonação “para baixo”. O depoimento que termina com a entonação “para cima”, além de ser esteticamente horrível, dá a impressão de que o entrevistado foi cortado antes de completar o pensamento ou que foi alvo de censura.
- ✓ As sonoras devem ser as mais opinativas possíveis. O contexto e o enredo devem estar no texto redigido pelo editor. O editor não opina no texto, quem opina é o entrevistado. Sonoras opinativas são sempre mais contundentes e chamam mais a atenção do ouvinte.
- ✓ Sonoras que contenham emoção também rendem boas edições. Um choro, uma gargalhada ou uma frase em tom de desabafo às vezes dizem mais que uma declaração de 50 segundos. Mas é preciso cuidado: a emoção tanto pode ser tanto um instrumento enriquecedor quanto o caminho para a desinformação.
- ✓ Não repita na sonora a informação do texto.
- ✓ Desconfie das sonoras que você têm que ouvir três ou quatro vezes para entender o que o entrevistado quis dizer. Lembre-se de que o ouvinte só tem uma oportunidade, por isso é necessário que a sonora seja clara. A sonora precisa ter o mínimo de qualidade técnica sem o que não deve ir ao ar.
- ✓ As edições devem terminar com uma nota pé que reitere a informação principal, acrescente um dado novo e lembre o nome do(s) entrevistado(s).
- ✓ O editor deve sempre destacar a validade do material. Uma edição pode ir ao ar mais de uma vez. O critério é o da importância do assunto.
- ✓ Uma entrevista pode, dependendo da qualidade, sofrer mais de uma edição. Uma curta, para os jornais, e outra longa para os demais programas.

- ✓ A capacidade de trabalho em equipe por parte do editor e do repórter é determinante para a qualidade da cabeça de uma reportagem. Ela deve conquistar o ouvinte. Se este não se interessar pela matéria logo na chamada, dificilmente vai acompanhá-la até o final. Quando a cabeça de uma matéria é igual à abertura do repórter, o efeito estético é horrível. Para evitar que isso aconteça, o editor deve ficar responsável pelo *lead* e o repórter iniciar a matéria a partir do *sublead*.
- ✓ Na utilização de material de arquivo, deve-se ter cuidado para não usar sonoras de personagens em situações completamente diversas daquelas sobre as quais concordaram em falar anteriormente.
- ✓ Algumas reportagens são passíveis de utilização de músicas. Não há qualquer impedimento para que sejam usadas. Apenas há necessidade de critério e bom senso, considerando-se sempre qual o valor desse tipo de sonora para ilustrar a edição e qual sua função no corpo da história. A música pode aparecer tanto no desenvolvimento como no final da edição. Neste último caso é sempre conveniente encerrar com QUEDA DE ÁUDIO e indicar no texto o uso deste recurso para que não haja corte brusco no encerramento da matéria.
- ✓ O editor deve sempre conferir nas agências de notícias se a reportagem editada tem todas as informações do fato. Estas informações podem ser usadas como subsídio para um texto mais completo. É preciso critério para que a cabeça não entre em contradição com o corpo da matéria. O fato jornalístico, como sabemos, tem várias versões, ainda que captados por jornalistas que estejam no mesmo local ou com o mesmo entrevistado. Por isso, o editor deve verificar qual enfoque prevalecerá.
- ✓ Uma declaração contundente, que chama a atenção do ouvinte, pode ser separada e usada em abertura e encerramento de programas. É o *teaser*. Deve ser editado dentro do contexto para que o ouvinte possa entender seu significado. Tem pequena duração e, por isso, não se confunde com a sonora usada na edição. É semelhante à sessão dos jornais e revistas que destacam as principais frases recolhidas na imprensa escrita, publicadas geralmente em negrito, e que, em corpo menor, explicam seu contexto.
- ✓ Grandes acontecimentos merecem tratamento de edição especial. Um julgamento de grande impacto na opinião pública, sessões de uma comissão parlamentar de inquérito ou outro grande assunto.

Depois foi a vez de Jader Barbalho apresentar documentos que, segundo ele, comprometem o senador Antônio Carlos Magalhães.

TEMPO: 16”

INÍCIO: PASSOU A SER

DEIXA: COISA INTEMPESTIVA

O **bate-boca** se intensificou quando Jader Barbalho lembrou de uma representação na Comissão de Ética pedindo a cassação do mandato de Antônio Carlos Magalhães.

TEMPO: 40”

INÍCIO: O SENHOR TEM

DEIXA: SÃO SEUS

A atuação dos senadores em seus respectivos estados foi motivo para a troca de insultos. Jader Barbalho disse que Antônio Carlos Magalhães controla a política na Bahia à base do **chicote e do dinheiro**.

TEMPO: 45”

INÍCIO: O JORNALISTA

DEIXA: COM O COFRE

O senador Antônio Carlos Magalhães reagiu afirmando que Jader Barbalho **burlou o fisco** quando era governador do Pará e cometeu uma série de **irregularidades** nos ministérios da Previdência e da Reforma Agrária.

TEMPO: 42”

INÍCIO: NA PREVIDÊNCIA

DEIXA: ERA UM TRAIADOR

Na troca de insultos, os senadores incluíram até o nome do presidente Fernando Henrique Cardoso. Jader Barbalho disse que Antônio Carlos Magalhães é **grosseiro** no tratamento ao presidente.

TEMPO: 42”

INÍCIO: O PRESIDENTE

DEIXA: PISOU NA BOLA

No revide, Antônio Carlos Magalhães disse que Jader Barbalho foi muitas vezes ao gabinete dele para **falar mal** do presidente.

TEMPO: 39"

INÍCIO: QUERO DIZER

DEIXA: DA REPÚBLICA

O duelo verbal terminou com ironia. O senador Jader Barbalho disse que o compositor baiano Dorival Caymmi se inspirou em Antônio Carlos Magalhães para fazer a música **João Valentão**. Trechos da letra foram citados pelos dois senadores.

TEMPO: 53"

INÍCIO: TENHO A IMPRESSÃO

DEIXA: MUITO OBRIGADO

PÉ – A mesa diretora do Senado vai decidir amanhã o que fazer com os dossiês entregues pelos senadores Antônio Carlos Magalhães e Jader Barbalho. O duelo verbal, marcado pelos adjetivos **ladroão, desonesto, corrupto, mentiroso** e **truculento**, poderá resultar num processo no Conselho de Ética e Decoro do Senado.