

## A informação no jornalismo<sup>1</sup>

Luiz Beltrão

A primeira das funções sociais experimentadas pelo jornal moderno é a da *informação*, ou seja, o relato puro do que ocorre de significativo em todos os domínios do pensamento e da atividade humana.

### Conceito, características e tipos de informação

A *informação*, num sentido *lato*, é uma função biológica que consiste em perceber o real para satisfazer as condições da vida e do progresso da espécie. O ser vivo, desde o unicelular até o homem, antes de entrar em ação, procura conhecer o meio exterior para adaptar convenientemente as suas reações. No homem, estas reações não são apenas instintivas, pois entra em jogo a faculdade própria da sua espécie – o raciocínio, pelo qual ajunta às percepções elementares não somente os reflexos orgânicos, mas ideias sobre a própria sorte. Não se contenta ele em manter-se vivo; quer modificar o curso da sua existência em um sentido mais favorável. Surge-lhe, então, a tentação de interpretar os fatos atuais em relação aos acontecimentos futuros, estudando-lhes as causas e possíveis conseqüências e valendo-se da experiência para chegar a uma conclusão, através da qual se conduz.

No sentido humano, a *informação* é o ato de levar um fato ao conhecimento de outrem, uma função inata, comum a todos os racionais, uma vez que não se limita ao conhecimento e à transmissão daquilo que é percebido diretamente pelo indivíduo, do material, do que é evidente, mas também de reflexões e situações que lhe ocorrem, do imaterial, do imponderável, do interior envolto em mistério. A fim de que a sua mensagem seja compreendida e dela resulte o entendimento desejado, o homem utiliza a forma mais simples de comunicação – a narrativa. As ideias mais complexas, ontológicas ou metafísicas, antes de serem interpretadas

1 Este capítulo foi originalmente publicado no livro *A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário* (São Paulo, Folco Masucci, 1969), sob o título "A função informativa do jornal: natureza da notícia."



e discutidas, tiveram e têm de ser apresentadas numa linguagem singela, de fácil apreensão. Lembremo-nos que o Cristo usou histórias, parábolas, para transmitir as suas lições mais transcendentais. Assim, podemos definir a *informação* como *relato de um fato, ideia ou situação*.

A todo momento, o homem está pedindo, recebendo e dando informações, desde que se levanta e consulta o relógio, no restaurante quando indaga ao garçom qual o prato do dia, quando abre a carta da namorada, quando narra à família um negócio que fechou, um encontro que teve com um amigo na rua, os rumores de que o artilheiro do seu clube de futebol vai operar-se ou de que querem dar um golpe de Estado. Algumas destas informações são *particulares*, privadas, interessam apenas ao próprio indivíduo ou a um círculo muito limitado de pessoas; outras, porém, têm repercussão mais ampla, são *públicas*, interessam a grupos numerosos de pessoas, às vezes a toda a coletividade e até mesmo a toda a humanidade. As *informações públicas* são as de que se ocupa o jornalismo e, *quando se referem a situações atuais e são divulgadas pelos veículos de comunicação coletiva, denominam-se notícias*.

### A notícia: conceito e atributos

Os múltiplos aspectos da notícia tornam demasiado complexo um conceito satisfatório deste fator básico do trabalho periodístico. Há numerosas definições de notícia e certo autor lembrou, a propósito, que a sua definição é tão difícil como a do amor, sobre o qual falham todos os conceitos... Assim mesmo, tentemos reunir as suas características fundamentais numa fórmula que, depois de decomposta, nos possa dar uma ideia mais ou menos precisa de todo o conteúdo desse elemento jornalístico. Diremos, então, que *notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirige*.

Os seus atributos são, pois: *imediatismo, veracidade, universalismo e interesse e importância*.

1) O *imediatismo* é que distingue a notícia da informação histórica, que é o relato de um acontecimento ou situação do passado. O jornal só se preocupa realmente com os últimos fatos, com o que não é ainda sabido de todos ou que está, no momento, atuando na consciência coletiva.

É evidente que o imediatismo depende dos meios de comunicação, em primeiros lugares. Porque eram tardas as comunicações é que o Evangelho – a Boa Nova

ou Boa Notícia – levou quase um século para atravessar metade do Mediterrâneo, de Jerusalém à Roma dos Césares; porque ia no bojo de uma caravela, sujeita a vendavais e calmarias, é que a notícia da descoberta do Brasil levou quase dois meses para ser conhecida da corte portuguesa e outro tanto para divulgar-se pelos reinos da Europa, até chegar ao árbitro da cristandade, o Papa; pela falta de um transmissor de rádio é que o mundo considerou por tanto tempo perdido o famoso explorador David Livingstone, que se embrenhara no coração da África e cujo paradeiro foi localizado, em 1870, à margem do lago Tanganica, pelo famoso repórter norte-americano Henry M. Stanley, do *New York Herald*, depois de percorrer por mais de um ano parte de três continentes.

Fato curioso a assinalar neste histórico encontro é que, após a identificação e os cumprimentos entre o explorador e o jornalista, a primeira pergunta daquele é exatamente a que revela a fome de notícias que devora o homem: “Que se passa no mundo, amigo?”. Para Livingstone, tudo quanto ocorrera depois que perdera o contato com a civilização – como a inauguração do canal de Suez, as batalhas da guerra da Crimeia e a descoberta das ruínas do templo de Salomão – era notícia!

As diligências, a posta, o trem, o vapor, o telégrafo, o telefone, o rádio, o teletipo, a televisão, o avião a jato, os satélites de comunicações vão encurtando as distâncias e dando instantaneidade à notícia, fazendo assim que ela reflita verdadeiramente a última ocorrência. Mas o imediatismo da notícia dependia, e ainda depende, do próprio veículo, da sua periodicidade e da técnica da sua fabricação. Os primeiros jornais foram semanários ou de periodicidade irregular; depois, passaram a diários; e, afinal, com maquinária aperfeiçoada, estão capacitados a circular em diversas edições por dia. Linotipos, tituleiras, máquinas modernas de gravura, rotativas de alta velocidade, processos eletrônicos de distribuição, por seu turno, contribuíram decisivamente para que fosse possível ao homem ser informado através do jornal com a maior rapidez das ocorrências dignas de registro em todo o mundo.

2) A *veracidade* é atributo indissolúvel da notícia e está fixado no nosso conceito nas expressões “fatos ocorridos” ou “com possibilidade de ocorrer”. Jornalismo não se fundamenta em hipótese nem é ficção. A falta de veracidade e exatidão é própria do boato, da imaginação humana. Por isso mesmo é que os livros de “ficção científica” não são considerados relatos jornalísticos, faltando-lhes a base de ocorrência consumada ou prestes a consumir-se.



3) O outro elemento característico da notícia é o seu *universalismo*, desde que os fatos, ideias e situações se registram em qualquer campo de atividade – humana, social e da própria natureza; em qualquer país ou latitude; tanto no mundo material como no espiritual. O jornalista tem de estar presente em toda parte, de testemunhar o máximo de acontecimentos, de prever e concluir com argúcia de um Sherlock tudo quanto lhe sirva para cumprir a sua missão de informar, orientar e entreter o público. E hoje, como veremos, graças à organização da imprensa e à industrialização da notícia, o jornalista adquiriu realmente aquela onipresença que o seu mister reclamava.

Uma curiosidade a respeito do universalismo da notícia é a observada com a composição da palavra “notícias” em inglês, que é formada de quatro letras – NEWS –, correspondentes às iniciais dos pontos cardeais – North, East, Western e South –, como a indicar o imenso campo do trabalho jornalístico.

4) O derradeiro atributo da notícia refere-se a *interesse e importância* que dever para o leitor. Este interesse é surpreendido e julgado pelo jornalista à base de certos princípios e normas que o seu aprendizado, a sua capacidade, a sua experiência e a sua intuição profissional lhe ditam. Um fato que pode passar despercebido a um qualquer em todo o seu significado humano e sua repercussão social é logo identificado pelo autêntico jornalista como matéria para a elaboração da notícia, que terá importância fundamental para o leitor. Tanto isso é verdade que um grande editor norte-americano confessou certo dia a Salvador de Madariaga: “Nós não damos ao público aquilo que ele quer, mas o que julgamos que ele precisa saber”.

Um exemplo desta visão jornalística dos acontecimentos é o fato histórico ocorrido com o repórter norte-americano John Reed, que testemunhou a tomada do poder pelos bolchevistas, chefiados por Lenin, na Rússia, em 1917, percebendo de imediato a importância do que a outros passaria por um simples episódio. A série de reportagens de Reed foi reunida sob o título “Dez dias que abalaram o mundo”. Os incidentes observados e registrados pelo repórter haviam escapado mesmo à grande maioria do povo russo, no tumulto da crise que o país então atravessava e que foi muito bem retratada por Boris Pasternak, no seu *Doutor Jivago*. A clarividência jornalística de John Reed valeu-lhe a homenagem dos soviéticos de sepultarem o seu corpo no panteão de Moscou, ao lado do de Lenin, na Praça Vermelha.

## Identificação e julgamento dos fatos noticiáveis

A fim de que bem exerça as suas funções e não forneça ao leitor aquelas notícias sem valia, que desacreditam o jornal, tornando-o inócuo, há que o jornalista saber quais os fatos que se devem transformar em notícias, ou, por outras palavras, conhecer os critérios de identificação e julgamento dos incidentes que devem interessar e importar ao leitor, figurando nas colunas do jornal.

A experiência profissional, com fundamento em pesquisas e nas normas consagradas da psicologia humana e social, tem indicado os seguintes 10 critérios: a) *proximidade*; b) *proeminência*; c) *consequências*; d) *raridade*; e) *conflito*; f) *idade e sexo*; g) *progresso*; h) *drama e comédia*; i) *política editorial*; e j) *exclusividade*. Examinemo-los, um a um:

a) *Proximidade*. O leitor se considera o centro de um mundo próprio de relações e interesses, que se inicia no círculo familiar e profissional, alarga-se com a participação de vizinhos, amigos, gente do seu bairro e da sua cidade, problemas e acontecimentos do seu município, estado e país, até atingir povos e nações mais distantes e, até mesmo, os mistérios do universo. Conhecedor dessa tendência psicológica, o jornalista a serviço de um veículo comunal deverá selecionar para a notícia os fatos que dizem respeito ao homem da sua comunidade. Fatos que importam à pessoa do leitor, aos seus interesses econômicos, à sua saúde, à melhoria do seu *standard* de vida, da sua educação, da sua segurança. O valor da notícia é medido, aqui, pela distância que vai da redação do jornal e da sua área de circulação até onde o fato ocorre.

As informações sobre o campeonato pernambucano de futebol ocupam largo espaço nos jornais recifenses, com manchetes e amplo serviço fotográfico; são divulgados generosamente nos estados vizinhos, com os quais mantêm os clubes desportivos frequentes contatos; mas, no Rio e em São Paulo, não merecem senão referência sumária no placar desportivo. Se, entretanto, o autor dos gols é carioca ou paulista, conhecido do público daqueles estados, então a notícia ganha em relevo e interesse para os leitores sulinos. A notícia da morte violenta de uma criança nossa vizinha nos comove mais do que a de dezenas de meninos na África ou na China.

b) *Proeminência*. Refere-se este critério à posição ou ao valor social de pessoas, lugares, coisas, situações, organizações, cargos, ideias ou inventos a que os fatos dizem respeito ou fazem referência. Há um numeroso público sempre inte-



ressado na vida e na atividade das pessoas famosas, de certas cidades e regiões em maior evidência no país ou no mundo, em certos objetos e situações que surgem nas ocorrências, valorizando-as.

A enfermidade de Mary Smith [psicóloga inglesa] nada significa para o leitor, mas a de Liz Taylor é notícia; o incêndio de um armazém suburbano ocupa poucas linhas de noticiário, mas o caso muda de figura quando ganha fogo um grande "magazine" do centro urbano; as notícias provenientes do Rio e de Brasília, centros políticos do país, têm mais leitores no Recife do que as de Manaus ou Niterói; um violino é apenas um instrumento musical, mas se traz a marca de Stradivarius constitui matéria jornalística relevante; o abastecimento de peixe da cidade é rotina, porém se torna objeto de reportagem nas proximidades, durante e logo após a Semana Santa; a decisão do Tribunal de Justiça num mandado de segurança é mais importante do que a sentença proferida em primeira instância; uma encíclica do chefe da Igreja Católica tem mais repercussão do que as declarações sobre o mesmo assunto de um pastor das Testemunhas de Jeová.

c) *Consequências*. Diante de um fato, o jornalista pesa as suas consequências, os efeitos que a sua divulgação terá no ânimo do leitor e na vida da coletividade, antes de transformá-lo em notícia. De acordo com este critério, será objeto de notícia o fato que vá atingir um maior número de leitores, que tenha possibilidades de uma mais intensa repercussão, que provoque alteração na normalidade e na mesmice da vida da comunidade.

Uma questão trabalhista importa a poucas pessoas, mas, se pode transformar-se numa greve que paralise determinado setor da vida coletiva, será grande notícia; o aniversário de uma personalidade não tem jamais as consequências que o seu falecimento acarretará; o atraso de uma composição ferroviária pode não ser notícia, mas se foi provocado por descarrilamento tem de ser divulgado pelos efeitos que teve ou terá para os usuários da linha férrea.

d) *Raridade*. Tudo quanto seja insólito, excepcional, que se desvie do comum, que seja estranho – mesmo que em si não tenha importância e os seus personagens não sejam figuras proeminentes – é objeto de interesse jornalístico. Isto se explica porque, com a sua leitura, o homem foge à monotonia do seu cotidiano,

tem uma trégua nas suas preocupações, experimenta uma emoção nova, eleva o seu cabedal de conhecimento e experiência.

Uma das maiores notícias do século [XX] – e qualquer ocorrência ainda hoje ligada aos seus personagens constitui informação de interesse geral – foi o nascimento e a sobrevivência das quintuplas Dionne, do Canadá, fato que, pela sua raridade, ocupou a primeira página dos jornais de todo o mundo; uma cura milagrosa; uma queda do 10º pavimento em que a sua vítima escapa ilesa; um "morto" que ressuscita num velório; um gato que late ou um cão que costuma miar em noites enluaradas; o zé-ninguém que sonha e encontra uma botija, ou tira o grande prêmio da Loteria – são exemplos de ocorrências que, pela sua raridade, figuram com sucesso nos veículos jornalísticos.

e) *Conflito*. O instinto de luta, ancestral no homem, é um dos motivos psicológicos mais determinantes da leitura dos jornais. Ora, tendo em conta que a vida humana é um conflito – desde que se nasce até que se morre, um constante batalhar, quer contra as enfermidades, quer contra a ignorância e o erro, quer pela felicidade, pelo amor ou pelos ideais mais caros –, os fatos que refletem tais conflitos são os que mais se prestam a figurar como notícias. O campo é vastíssimo e vai desde as ocorrências desportivas, as batalhas, as guerras, as revoluções, as greves, os crimes, os julgamentos até as vigílias dos médicos e cirurgiões à cabeceira dos doentes, os leilões, as concorrências, os concursos de beleza, as campanhas educativas e sanitárias, os prélios eleitorais, os exames escolares. Onde quer que se encontrem elementos e fatores em choque e que o conflito apresente significação social, há notícia para a colheita do jornalista.

f) *Idade e sexo*. Estas características dos personagens envolvidos na ocorrência influem decisivamente na gradação do interesse do público. Muitos fatos careceriam de relevo não fossem os seus agentes ou pacientes crianças ou anciãos, jovens ou indivíduos maduros. Talvez por isso a imprensa norte-americana – padrão da imprensa noticiosa mundial – faça inserir na notícia, após a identificação dos personagens e como parte dela, a menção de sua idade. Por outro lado, qualquer sucesso em que intervenha uma mulher adquire geralmente importância maior do que se somente homens fossem protagonistas. Vale salientar que, pelo elemento sexo, não se considera estritamente o sentido erótico ou passional da ocorrência, mas também aquele que desperta atividades intelectuais, profissionais ou de outra ordem da mulher na sociedade.



Um casamento no fórum não é notícia, mas se o noivo tem 80 anos e a noiva é uma *teen age*, o caso muda de figura; num programa de auditório de perguntas e respostas sobre finanças, se o vencedor é garoto de 12 anos, com instrução primária, o fato vai para as primeiras páginas; o quarentão que se torna "az" do futebol, o jovem de 25 anos que conquista uma cátedra universitária em concurso, a mulher estivadora ou lutadora de *catch* são, sem dúvida, personagens de notícias, as mais caras ao público.

g) *Progresso*. Tudo quanto contribua para o progresso material, social ou moral da comunidade e da humanidade tem valor jornalístico e desperta o interesse do leitor. Assim, o jornalista deverá estar atento às pesquisas e experiências nos diversos campos da ciência, às inovações nas artes, aos resultados dos investimentos, à ação de particulares ou de entidades públicas e privadas para a solução de problemas sociais como os da mendicância, do analfabetismo, da prostituição, da prevenção contra endemias, à pregação de ideias e filosofias morais e religiosas, aos movimentos de convivência social e levantamento espiritual. Qualquer sucesso desse tipo contém o elemento progresso para a elaboração da notícia.

Nos últimos anos, mais do que às ações de guerrilheiros, às mudanças de governo nas "banana republics" ou às advertências bélicas dos "grandes", o interesse público está preso ao avanço da ciência (conquista do cosmos, industrialização de bens de consumo em massa, transplante de órgãos sadios ou artificiais para prolongamento da vida humana) e da técnica (recuperação de terras áridas, maior aproveitamento das riquezas potenciais de diferentes países); à difusão de ideias e sistemas políticos e filosóficos (existencialismo, socialismo, ecumenismo, convivência pacífica); à ação dos organismos planejadores regionais e internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), os mercados comuns, a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene).

h) *Drama e comédia*. A vida cotidiana está cheia de pequenos e grandes dramas e comédias. Na verdade, toda matéria jornalística pode ser enquadrada numa dessas categorias teatrais, porquanto, como já o dizia Shakespeare, o mundo não é mais do que um grande cenário em que a humanidade faz o papel que corresponde aos atores. E também aos espectadores. Para estes é que o jornalista trabalha, atuando como diretor de cena e descobrindo os "valores desconhecidos" nos episódios de conteúdo dramático ou cômico para apresentá-los ao público. Esta

coleta visa despertar no leitor o "interesse humano" – expressão que compreende todos aqueles sentimentos íntimos que o levam ao compartilhar de experiências emocionais as mais diversas, que lhe são transmitidas pelas notícias. Sentimentos que vão desde amor, ternura, piedade e admiração até o ódio, o despeito, a inveja, o desprezo; da generosidade ao egoísmo; do temor ao respeito; da alegria à tristeza; do isolacionismo à participação.

Dramáticas são as notícias policiais: assassinatos, roubos, assaltos, desfalques, incêndios, catástrofes; comoventes são os "fatos diversos": legados em favor de criados fiéis, donativos para crianças desvalidas, histórias que envolvem animais domésticos ou do zoológico, provas da capacidade humana de sacrifício em favor de outrem; cômicas são notícias que focalizam certos aspectos risíveis, pitorescos ou ridículos da política, dos requintados ambientes da alta sociedade e até mesmo dos sisudos meios financeiros e judiciais.

i) *Política editorial*. Na avaliação de um fato para publicação, o jornalista deve sempre ter presente a política editorial, isto é, a orientação ideológica do jornal para o qual trabalha e do público para o qual se dirige. A sagração de um bispo é fato de excepcional importância para um cotidiano católico, de relativa importância para um jornal eclético e de nenhuma para um órgão comunista; assim como os namoricos de um príncipe nenhum valor têm para um diário trabalhista, cujos leitores são em sua maioria operários e gente da classe média, mas são postos em relevo pelos jornais preferidos das classes nobre e abastada.

j) *Exclusividade*. Finalmente, o *furo*, isto é, a divulgação exclusiva de um fato pesa muito na sua valorização, tanto para o jornalista que o consegue como para o editor e para o público. Uma investigação bem sucedida que permita ao profissional zeloso trazer um fato desconhecido à publicação, antecipando-se aos seus colegas e aos jornais concorrentes, é fator adicional relevante para o êxito e a repercussão da notícia.

O mais espetacular furo jornalístico desta segunda metade do século [XX] foi, sem dúvida, o da equipe do jornal inglês *Daily Express*, que, em 1966, sob a liderança do chefe do seu departamento fotográfico, William Newton, conseguiu divulgar, em primeiríssima mão, as fotos da lua, colhidas pela nave espacial soviética Luna-9, e captadas no observatório britânico de Jodrell Bank, antes que os próprios cientistas soviéticos conseguissem reproduzi-las. Em nosso



país, talvez o mais sensacional e certamente o mais rumoroso furo das últimas duas décadas foi proporcionado ao público pelo jornalista Hélio Fernandes, em 1963, obtendo e divulgando cópia de uma circular que o então ministro da Guerra considerara secreta, na qual advertia os seus comandados de manobras políticas com as quais o Exército nada tinha a ver. Preso, processado e, depois, libertado pela justiça, o repórter até hoje não revelou a sua fonte de informação, cumprindo, desse modo, um compromisso da ética profissional.

### Pauta de identificação da notícia

Para facilitar aos seus correspondentes do interior, que não possuíam formação profissional adequada, a remessa de notícias, um jornal de Illinois, nos Estados Unidos, formulou a seguinte pauta que enviou a todos:

*Se na sua localidade se produziu algum dos fatos abaixo, comunique-nos imediatamente porque isto é notícia.*

Alguém faleceu?  
fugiu com o amante?  
casou-se?  
divorciou-se?  
deixou a cidade?  
sofreu incêndio?  
teve um filho?  
quebrou uma perna?  
celebrou uma festa?  
vendeu a fazenda?  
teve gêmeos  
ou reumatismo?  
foi premiado na loteria  
ou foi preso?  
chegou à cidade?  
comprou uma casa?  
roubou uma vaca  
ou a mulher do vizinho?  
sofreu um acidente aéreo?  
suicidou-se?  
comprou um automóvel  
ou noivou com o melhor partido da cidade?

### Matemática, química e decomposição gráfica da notícia

Para o professor George C. Bastian, da Universidade de Northwestern, EUA, as notícias têm uma aritmética e uma química próprias. Com a finalidade de esclarecer aos seus alunos sobre o que é e o que não é notícia, elaborou um quadro em que reduz a termos matemáticos os elementos que entram na composição da notícia, e que apresentamos a seguir em adaptação:

1 homem vulgar + 1 vida vulgar = zero  
1 homem vulgar + 1 vida incomum = notícia  
1 marido comum + 1 esposa = zero  
1 marido + 2 esposas = notícia  
1 caixa de banco + 1 esposa + 7 filhos = zero  
1 caixa de banco - NCr\$ 10.000 = notícia  
1 homem + 1 esposa + 1 amigo = zero  
1 homem + 1 esposa + 1 amigo + separação = notícia  
1 homem vulgar + 60 anos de vida = zero  
1 homem vulgar + 100 anos de vida = notícia

Observa, ainda, que os fatos comuns podem sofrer substanciais modificações, transformando-se por uma circunstância qualquer, que atua como catalisador, em matéria de primeira ordem para a notícia. Isto é a “química” da notícia.

Não há notícia na caça de cães vadios pela Prefeitura, mas se um menino luta e chora na rua para livrar o seu vira-lata da carrocinha, eis a notícia. Notícia que, por sinal, rendeu ao fotógrafo Sérgio Jorge, de *Manchete*, o primeiro e cobiçado Prêmio Esso de Fotografia.

Outros estudiosos do jornalismo, os professores cubanos François Baguer Marty e Jesus Reys, para oferecer aos alunos de jornalismo uma ideia precisa da valorização da notícia, organizaram um gráfico, no qual decompuseram as cinco principais notícias da primeira página de um jornal imaginário, analisando-as e julgando-as pelos diversos critérios de valorização. Permitimo-nos reproduzir o quadro sinótico de Marty e Reys, adaptando-o a um periódico recifense:

As notícias são as seguintes:

- (1) Elevado o preço dos combustíveis
- (2) O cardeal primaz do Brasil visita o Recife
- (3) Pacto suicida de dois amantes num hotel



- (4) Em Rochester, descobrem um método para curar o artrismo crônico  
 (5) Uma baleia frente ao litoral recifense, ontem

A decomposição gráfica de cada uma dessas notícias pelos critérios que vimos de estudar, com a expressão do valor de cada um deles, é feita assim:

Baleia no litoral (5)	Cura do artrismo (4)	Pacto suicida (3)	Visita do Cardeal (2)	Elevado o preço (1)	
■		■		■	Proximidade
	■	■		■	Proeminência
■	■	■	■	■	Consequências
■	■	■	■	■	Raridade
■	■	■	■	■	Conflito
■	■	■	■	■	Idade e sexo
■	■	■	■	■	Progresso
■	■	■	■	■	Drama e comédia

### Classificação das notícias

As notícias se classificam, quanto à ocorrência que as provoca, em:

a) *previsíveis*: quando estão programadas pela frequência e regularidade dos fatos que as geram, não incluindo o elemento surpresa. Exemplos: o desfile militar de 7 de setembro, o falecimento de uma personalidade após dias de enfermidade grave, as eleições presidenciais na data marcada pela Constituição; e

b) *imprevisíveis*: quando as ocorrências que as geram são estranhas ao ritmo normal da vida da comunidade, surpreendendo ao jornalista e aos leitores. Exemplos: o cancelamento do desfile de 7 de setembro por um temporal; o falecimento súbito de uma personalidade; um golpe de Estado revogando a Carta Constitucional e cancelando as eleições.

Quanto ao teatro da ocorrência, podem ser: locais, regionais, nacionais e estrangeiras, se os fatos que as motivam sucedem na cidade, na área de circulação do jornal, no país ou no exterior.

Quanto à sua repercussão, classificam-se em:

a) *extraordinárias*: quando transmitidas sem um estado prévio de gestação que deixe o público em expectativa. Exemplos: o ataque japonês a Pearl Harbor, quando os Estados Unidos recebiam a visita de um embaixador plenipotenciário nipônico; o assassinio dos Kennedy; o suicídio de Vargas;

b) *sensacionais*: quando provocam comoção na comunidade, tanto em profundidade emocional como pela quantidade de pessoas afetadas. Exemplos: a vitória do candidato oposicionista ao governo, modificando o ritmo e a política administrativa; a desvalorização da moeda do país;

c) *importantes*: quando anunciam benefícios ou prejuízos para a comunidade ou criam simplesmente um estado de expectativa ou alarme. Exemplos: a modificação do horário de funcionamento das repartições públicas; comunicado sobre um surto de gripe; e

d) *comuns*: quando se referem a fatos correntes, que sempre se repetem e que afetam uma menor parcela do público. Exemplos: celebrações de festas, registros policiais, informações sobre serviços públicos, etc.

Quanto ao assunto, finalmente, as notícias podem ser:

a) *políticas*: abrangendo a atuação governamental, dos partidos e dos líderes políticos, das câmaras e da justiça eleitoral;

b) *policiais*: referentes a fatos em que intervêm a polícia e as autoridades judiciárias ou médicas encarregadas de velar pela segurança física e patrimonial dos cidadãos;

c) *esportivas*: referentes às atividades no mundo dos desportos;

d) *econômicas*: relacionadas com as finanças, o comércio, a indústria, a agricultura, o abastecimento e os transportes;

e) *profissionais*: ocupando-se dos problemas de diversas profissões, artes e ofícios do homem e das suas organizações de classe;

f) *sociais*: compreendendo as ocorrências da vida social, movimentos filantrópicos, religiosos, eventos mundanos diversos;

g) *científicas*: que se ocupam de atividades educacionais, de pesquisas e experimentos, de estudos, conferências e congressos em todos os campos do saber humano;



h) *artísticas*: relativas à prática da arte em todas as suas manifestações, da literatura, do folclore, etc.;

i) *diversas*: que abrangem qualquer setor não especificado nesta classificação.

### Canais de recepção de notícias

Não é ao acaso que o jornalista surpreende os fatos a serem noticiados, nem possui ele o dom da ubiquidade para estar em todo lugar ao mesmo tempo, a fim de ser aquela testemunha ocular da história do excelente slogan do “Repórter Esso”. Ao contrário, na maioria das vezes não os assiste: levanta-os através dos seus personagens, do depoimento dos que os presenciaram, de entendidos ou de experts que os interpretam autorizadamente. Personagens, testemunhas e especialistas são *fontes de informação*, sem as quais a obra jornalística não pode ser levada a efeito ou se torna difícil e deficiente.

O jornal tem, na notícia, a sua mercadoria de base. Com ela é que as empresas jornalísticas principalmente negociam, adquirindo-a de diversas fontes, submetendo-a a processos especiais de tratamento e, por fim, pondo-a à venda, em procedimento análogo ao dos demais comerciantes com outros produtos. Somente que, em lugar de exibi-la em vitrines, a expõe ao público nas páginas do jornal. Se a notícia é uma mercadoria valiosa, vai na primeira página, adornada de grande título, fotografias e vinhetas para atrair a atenção do cliente; as comuns, por sua vez, são colocadas nas seções onde os interessados sabem que as irão seguramente encontrar. De qualquer modo, porém, como ocorre com o comerciante no seu estabelecimento, o editor e jornalista que costuma enganar o público, oferecendo um produto adulterado ou mau, ou seja, uma notícia falsa, incompleta ou falha na sua redação, como mercadoria de primeira qualidade, não tardará em sofrer as consequências desse procedimento, perdendo o crédito e sendo abandonado pelo cliente leitor.

Como, entretanto, se supre o jornal de notícias? Quem as traz e quais os processos de tratamento a que são submetidas?

Respondamos a estas interrogações dizendo que as notícias chegam à redação por três canais distintos:

1) *pelo pessoal da casa*, isto é, pelos repórteres destacados em diferentes setores, encarregados da captação dos fatos na fonte em que ocorrem ou se desenrolam; pelos arquivistas ou pesquisadores, dedicados ao trabalho interno de busca, previsão, comparação e correspondência dos fatos novos com ocorrências correlatas do passado; pelos correspondentes e enviados especiais, atuando em diferentes localidades na colheita

de fatos e situações noticiáveis; e pelas sucursais do próprio jornal, distribuídas em diversos pontos da sua área de circulação e interesse. Nestes casos, a notícia, diretamente coligida e redigida de acordo com os cânones da casa, é oferecida *in natura* ao leitor;

2) *pelas agências de informações*, que são organizações jornalísticas que mantêm contrato com a empresa para o fornecimento de notícias, sejam locais, nacionais ou estrangeiras, sob a forma de textos, fotografias, flâs ou clichês, objetivando informar ou entreter os leitores. Estas matérias (notícias telegráficas, dados informativos, ilustrações, seções especializadas, etc.), que já chegam “industrializadas” ao jornal, têm de ser, entretanto, submetidas a tratamento especial, com a finalidade de se enquadrarem nas normas e nos estilos da empresa; por isso, são oferecidas *transformadas*, em nova embalagem, ao leitor. Daí se originam as diferenças que se podem observar em matérias editoriais idênticas, como os telegramas da United Press International (UPI), nos diversos jornais que as divulgam: diferenças de títulos, destaque, redação, interpretação, etc.; e

3) finalmente, a notícia chega ao jornal *pelo pessoal voluntário*, composto de amigos e colaboradores prestimosos, não remunerados; de organizações ou pessoas encarregadas de relações públicas e publicidade, que fornecem comunicados à imprensa, com resenhas de sessões, deliberações, relatórios, estatísticas, fotos, desenhos, informações de toda espécie. Nestes casos, redatores especialmente encarregados – os noticiaristas e reescrevedores do copidesque –, após o competente exame da sua autenticidade e do seu valor, submetem-nas a processos de transformação mais ou menos semelhantes ao adotado com o material recebido das agências e as oferecem como que *manufaturadas* ao leitor.

Estando o jornalista capacitado a distinguir, em qualquer fato a que assiste ou colhe ou em qualquer informação que recebe, qual o seu valor como matéria-prima para a notícia, cabe-lhe, agora, a redação da mensagem e a sua distribuição pelo jornal, a fim de que chegue ao conhecimento e seja bem utilizada pelo leitor.