

Para além do lead: uma análise de construção da notícia

Autores: Lígia Regina Andrade Guimarães, Pâmela Araújo Pinto, Yane Silva Botelho e Reuben da Cunha Rocha Júnior.

Orientador: Profº Dr. José Ribamar Ferreira Júnior.(Universidade Federal do Maranhão)

Resumo: O artigo contesta o mito do lead como forma absoluta de objetividade. Utiliza-se o texto do suplemento do jornal "Valor Econômico". Por se tratar de uma matéria de economia, ela se enquadra como exemplo para confirmar nossa proposta de análise: encontrar matérias jornalísticas que informam com objetividade, sem o empobrecimento textual, apontando para uma tradução dos acontecimentos cujo eixo não despreza a elegância e o estilo do jornalista.

Palavras-chave: Jornalismo, Lead; Objetividade.

Introdução

Esse ensaio quer, a partir da análise da matéria de economia "Indenização para veículos ainda não quitados é mais complicada", retirada do suplemento "Guia Veículos", nº 47, edição de maio de 2005, do jornal "Valor Econômico", apontar um caminho no campo jornalístico paralelo ao modelo da pirâmide invertida, pressupondo que tal modelo se constituiu um mito na comunidade jornalística, pretende-se, ainda, explicitar o processo de construção textual a partir dos elementos narrativos.

Desenvolve-se a idéia de que o lead virou uma convenção autoritária na cultura jornalística, desencadeando uma visão mecânica e tecnicista do fazer jornalístico, privando os profissionais da sua própria criatividade. A partir da objetividade possível, defende-se a configuração de uma notícia independente da forma proposta pelo modelo da pirâmide invertida.

Propõe-se que o texto do jornal impresso, além de compreensível, deve provocar o desejo de ser lido, a partir de maneiras não convencionais e mantendo a essência do discurso jornalístico.

Esse trabalho também aborda a relação entre os elementos da narração e do texto jornalístico; o lead, a pirâmide invertida e o mito da objetividade, e, uma construção de texto jornalístico que se distancia do lead.

2. Metodologia

A metodologia dessa pesquisa estará seguindo aquela estabelecida pela Crítica Genética de matriz semiótica que se fundamenta, inicialmente, na constituição do prototexto (avant-texte), definido pelos geneticistas como instrumento operacional, realizado pelo pesquisador, resultante da organização e, quando necessário, da transcrição dos documentos de processo, significando, simplesmente, os documentos cronologicamente anteriores ao momento definido, pelo pesquisador, como texto ou como obra referente da pesquisa. Nesta etapa, constitui-se um dossiê (no caso, as incursões redacionais que trasladaram o texto do nariz de cera para o lead). Estando de posse do prototexto, o crítico genético expõe esse labirinto criativo e observa as mudanças pontuais ali existentes. Os próprios documentos servem de guia controlador para as interpretações que dele serão feitas. A análise da matéria em questão faz parte de uma etapa da pesquisa "Estudo sobre a interface entre Literatura e Jornalismo focado na Crítica Genética: o lead nos jornais de São Luís do século XX", desenvolvida pelo Prof. Dr. Ferreira Junior. Essa pesquisa aborda a mudança da técnica da linguagem jornalística em que se compara o lead nos diários de São Luís com as mudanças ocorridas nos principais jornais brasileiros.

3. Descrição da pesquisa

Os elementos da narração e o texto jornalístico:

Contar histórias, diz Cândida Villares Gancho, é uma manifestação que acompanha o homem desde a sua origem comunicativa. Narram-se história de fadas,

Lígia Regina Andrade Guimarães, Pâmela Araújo Pinto, Yane Silva Botelho e Reuben da Cunha Rocha Júnior.

casos, piadas, contos e fatos. A autora ressalta que a narrativa apresenta certos elementos sem os quais não pode existir, quais sejam:

Enredo;

Personagens;

Tempo;

Espaço;

Narrador.

Trata-se de elementos que respondem as seguintes perguntas: o que aconteceu? Quem viveu os fatos? Quando? Como? Onde? Por que?

A semelhança que se observa entre as perguntas impostas pelos elementos da narrativa e as perguntas que devem ser respondidas em um texto jornalístico explicita o fato de que este último é um tipo da narração, embora nessa questão haja controvérsia. Alguns estudiosos entendem que o texto jornalístico se insere no campo da tipologia descritiva - como é o caso de Nilson Lage.

3.1 O lead, a pirâmide invertida e o mito da objetividade

Ricardo Noblat escreveu que o lead data de uma época em que era necessário uniformizar os textos dos jornais, separar informação de opinião e privilegiar a objetividade. Segundo Noblat, o lead não foi inventado exatamente com esses propósitos, mas a eles serviu. Para Nilson Lage, o lead torna a notícia mais comunicativa e mais interessante, pois otimiza a figuração singularizada de reprodução jornalística.

Pompeu de Sousa, que afirma ter introduzido o recurso do lead no Brasil, diz que esse recurso representou uma subversão na técnica redacional:

“Naquele tempo, a notícia ficava no pé da matéria. A abertura era um comentário, uma opinião, uma mistura de informação, interpretação e tudo mais, menos notícias. Aquilo precisava mudar. Era absolutamente necessária uma reforma. Eu a projetei no carnaval de 1950. Naquela época chefiava a redação do Diário Carioca, que me ocupava muito. No carnaval, como fiquei mais folgado, sentei na máquina e comecei escrever o que os americanos chamam de style book”

(Pompeu de Sousa Brasil, entrevista à Cláudia Lysas Revista de Comunicação, agora Comunicação Integrada, ano 2, número 7, 1986, p. 22)

Entretanto, como uma revolução bem-sucedida, o lead se solidificou como instituição jornalística, e sempre aparece nos discursos associado ao valor jornalístico da objetividade. As revoluções também correm o risco do autoritarismo, e com o lead não foi diferente. De tal modo que os textos cuja forma foge à regra passaram a ser mal recebidos pelos editores.

A aceitação, em certo momento histórico, da idéia de que o jornalismo reflete a realidade tal e qual ela se materializa, colaborou para que o uso do lead fosse também associado à transcrição dos fatos em sua essência. Segundo Nelson Traquina, os procedimentos identificados com o profissionalismo levam a que dificilmente os membros da comunidade jornalística aceitem qualquer ataque à teoria do espelho.

O papel histórico do lead foi delimitar a linguagem jornalística, privilegiando a informação, já que o objetivo maior do jornalismo é informar. Objetividade jornalística, diz Marcondes Filho (apud. GENRO FILHO, 1997, p. 186), se realiza evitando sofismos, instrumentos de persuasão ocultos, afirmações injustificadamente peremptórias que difundem outras interpretações dos fatos diferentes dos dominantes. Já para Genro Filho a problemática se coloca desta

Para além do lead: uma análise de construção da notícia

maneira: “a maioria dos autores reconhece que a objetividade plena é impossível no jornalismo, mas admite isso como uma limitação, um sinal da impotência humana diante da própria subjetividade, ao invés disso, percebe essa impossibilidade como um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade” (GENRO FILHO, 1997, p. 186).

A objetividade possível pode ser configurada independentemente do recurso do lead. Esta objetividade seria a do “distanciamento crítico dos interesses e de enfoques parciais”, como afirma Genro Filho (1997, p.185), o que, em termos formais, não está associado necessariamente ao lead. A ausência de adjetivos no texto jornalístico, por exemplo, é um recurso de objetivação bastante utilizado: “o jornalismo moderno evita o excesso de adjetivação, a fim de que a narrativa seja singela e condensada” (ERBOLATO, 1991, p.94).

Objetividade, aqui, não se opõe à subjetividade. A subjetividade deve ser entendida como expressão do indivíduo. O texto jornalístico é um produto cultural (cultura no sentido antropológico de ação humana no meio), intervenção humana. Subjetivo é, inevitavelmente, o olhar humano lançado sobre os fenômenos, carregado de sentido adquirido em experiências anteriores. “Por isso, a informação jornalística não é contrária à formação da experiência: trata-se de uma experiência que já vem, em alguma medida, ‘pré-formada’” (GENRO FILHO, 1997).

A organização do material factual (matéria do jornalismo) e das informações prévias do jornalista representam um esforço intelectual, uma escolha gramatical. Palavras não são atos. As coisas não acontecem como nós escrevemos, nessa seqüência causal e sígnica. Maior pretensão ainda seria pensar que padronizar toda e qualquer informação sob a forma da pirâmide invertida significaria fidelidade aos fatos.

Acreditar que a forma do lead, dentre as formas possíveis de se tratar fatos, é a mais adequada não deixa de ser é um mito, à medida que não resiste a um exame mais rigoroso, em função do fato de empobrecer o repertório construtivo do jornalista, conforme Noblat atesta:

“O lead é inimigo do prazer que a leitura de um texto pode proporcionar. Porque inibe a imaginação e a criatividade dos jornalistas. E estimula a preguiça. Se as pessoas gostam de ouvir ou de ler histórias, como contá-las e escrevê-las com graça e esmero, se formos servos do lead?”

(NOBLAT, 2003, p. 99)

3.2. A construção do texto jornalístico

O texto jornalístico apresenta algumas características consensuais tanto no nível prático quanto no nível teórico que definem a especificidade do discurso jornalístico. De acordo com Nelson Traquina (p.156) essas características são: a compreensibilidade e a atratividade, que se manifestam em termos práticos em: a) frases e parágrafos curtos b) palavras simples c) sintaxe direta e econômica d) concisão e) utilização de metáforas – no que se refere à primeira característica. Quanto à segunda, temos: a) realismo gráfico b) criação de ambientes.

Esse padrão de escrita jornalística é usado no sentido de dar fluidez ao texto e de tornar a sua leitura interessante.

Se o jornalista escreve visando à compreensão e nem tudo pode ser facilmente compreendido, a notícia se revela uma adequação dos fatos. A organização do texto jornalístico, a disposição dos fatos numa seqüência lógica (e nem todos os eventos acontecem numa seqüência lógica), significa um esforço intelectual interpretativo (toda interpretação é uma forma de organização, conforme Adelmo Genro Filho ao falar da construção social dos fatos jornalísticos, p. 186). Por conta de uma visão tecnicista e mecânica do fazer jornalístico, o profissional nem sempre tem consciência de que não se impõe uma retratação dos fatos, mas, sim, de um método de organização que revela o interesse e o objetivo do jornalismo, que se traduz no trabalho de bem informar.

Como já foi citado, o lead surge como um contraponto a uma prática textual instituída – o chamado nariz de cera, que não fazia distinção entre opinião e informação. Ele cumpriu um papel histórico de valorizar certas características fundamentais à

Lígia Regina Andrade Guimarães, Pâmela Araújo Pinto, Yane Silva Botelho e Reuben da Cunha Rocha Júnior.

redação jornalística. Mas, com o passar do tempo, ele deixou de ser uma forma (dentre outras) e passou a ser uma forma (molde).

As características textuais descritas por Nelson Traquina como valores jornalísticos devem funcionar como parâmetro de construção, já que não se encerram em uma forma específica.

“Toda história tem de ter começo, meio e fim. Notícia e reportagem, também. Um começo que chame a atenção do leitor. Um miolo atraente para empurrá-lo até o fim da história. E um final, se possível, que o surpreenda” (NOBLAT, 2003. p.131).

Se o lead deixa de ser interessante à medida que uniformiza o texto e cerceia a criatividade não há sentido de se manter preso a ele, visto que é possível escrever a partir dos valores jornalísticos de outras maneiras.

4. Resultados

Análise da matéria: “Indenização para veículos ainda não quitados é mais complicada”

O texto foi retirado do suplemento “Guia Veículos”, do jornal Valor Econômico, escrito pelo jornalista Mauro Cezar Pereira em maio 2005.

O material foi selecionado não só para corroborar a idéia do texto criativo, mas por estar localizado em uma editoria (economia) que tende a tratar de termos formais, com estatísticas, dados e muitos números. A opção por uma linguagem menos carregada de conceitos técnicos em substituição ao economês o qual o leitor precisaria de um dicionário para decifrar os jargões, é uma garantia no sentido de preservar o interesse do bem estar do leitor. A análise permite esclarecer que fazer um jornalismo criativo não significa, como já foi dito, ser subjetivo

(no sentido antijornalístico, de falta de rigor na apuração e de ausência de veracidade na transmissão dos fatos).

No primeiro parágrafo, o uso de uma frase de senso comum (“tudo bem, eu tenho seguro”) em resposta à “carro roubado ou batido?”, e o emprego de uma série de outras perguntas são atrativos textuais que proporcionam uma aproximação do problema apresentado na matéria e a experiência do leitor. É uma forma que se opõe à pirâmide invertida. Em lugar do quem? Que? Quando? Onde? Como? E por que? A informação (o caso de indenizações para carros não quitados e a inserção do agente financeiro na situação) encontra-se fragmentada ao longo do texto.

Observe ainda no primeiro parágrafo do texto:

Carro roubado ou batido? ‘Tudo bem, eu te seguro’. Quem nunca ouviu essa frase diante do risco de ter um automóvel danificado ou levado por ladrões? Mas na vida real, principalmente se o veículo ainda não estiver totalmente pago, pode não ser tão fácil resolver a questão. A relação, que em caso de automóveis inteiramente quitados se limita a seguradora e cliente, ganha um novo personagem: o agente financeiro. E aí as coisas se complicam.

O autor encontra um meio termo entre o discurso direto e o indireto, usa, portanto, o discurso indireto livre – uma ferramenta não muito utilizada no jornalismo por permitir ambigüidade, por não deixar claro o limite entre os vários discursos.

No segundo parágrafo, note como o autor intercala o texto da fonte com o seu discurso:

Se ocorre um sinistro de um veículo quitado, a indenização é efetuada ao proprietário. Mas se a última prestação do carro não estiver pago, o carro ainda não é de quem saiu da loja com ele. ‘Aí o pagamento é efetuado em dois momentos: a parte financiada, ou seja, o saldo devedor gera a emissão de um cheque para a quitação do débito junto à

Para além do lead: uma análise de construção da notícia

instituição financeira'. Diz Paulo Umeki, diretor de Produtos Automóvel da Liberty Seguros.

O jornalista provoca a empatia quando utiliza uma explicação e, em seguida, com a fala do diretor de Produtos Automóveis dá continuidade ao seu discurso. Como no primeiro parágrafo, o autor tenta intercalar o pensamento da fonte com o seu, só que agora, trata-se apenas de uma aproximação do discurso indireto livre, que é desconstruída, pela presença de aspas, e pela citação da fonte (uso do discurso direto).

A objetividade é percebida com o rigor das apurações por meio das fontes e na disposição destas ao longo do texto. Representantes de grandes seguradoras de carro, do país, contam as fases do processo de "indenização para veículos ainda não quitados". A história é arrematada pelo depoimento da principal personagem da matéria, Cleber Kulm, um "experiente consultor financeiro" que vivenciou o problema abordado ao longo do texto. O jornalista ainda aprimora sua empatia com o leitor usando a voz de Kulm para sensibilizar o consumidor de seus direitos e, ao mesmo tempo, prestar-lhe um serviço: "Batalhe junto à seguradora, porque de acordo com a lei, o banco, ou quem fez o financiamento, é obrigado a eliminar 100% dos juros embutidos nas parcelas a vender. Mas nem sempre fazem isso. Há leis que protegem o consumidor".

A objetividade oferece uma série de dimensões e combinações possíveis para serem selecionadas. Mauro Cezar Pereira opta por uma estrutura divergente à da proposta pela pirâmide invertida para compor o texto em questão. Mesmo escolhendo uma ordem de construção e um método de organização pouco praticados no jornalismo, ele consegue apresentar vários dados coerentes entre si e atinge o objetivo de bem informar. A estrutura de seu texto nos permite discernir as várias informações: se ocorrer roubo em caso de veículo quitado, a relação se limita à seguradora e ao cliente; se ocorre roubo em caso de veículo não quitado, a relação entre a seguradora e o cliente ganha a interferência do agente financeiro; se ocorre um sinistro com um carro quitado, o pagamento do

seguro é efetuado ao proprietário; em caso de automóvel não quitado, a indenização é efetuada em dois momentos e o saldo devedor gera a emissão de um cheque para a quitação do débito junto à instituição financeira; após receber a quitação do débito, a seguradora paga o que consta na apólice e indeniza a instituição financeira; em caso de furto ou roubo de carro quitado, se espera cinco dias, e se o veículo não aparecer, o cliente tem que entregar a documentação para receber o pagamento, que é realizado em 24 horas; a empresa providencia a documentação junto aos órgãos de trânsito e, em menos de uma semana, a pessoa tem o dinheiro para comprar outro carro; para carro não quitado, o cliente liquida tudo junto à financeira passando a ter as vantagens do carro quitado; etc. E assim, a matéria vai apresentando outros procedimentos e complicações no processo de indenização de veículos roubados ou batidos.

Retomando os elementos essenciais da narração, propostos por Cândida Villares Gancho: enredo; personagens; tempo; espaço e narrador, percebe-se que na matéria em questão, encontram-se dispersos no decorrer da estrutura textual.

O enredo é constituído por meio da soma dos vários discursos das personagens – em que o jornalista propõe um problema e as várias falas norteiam sobre como proceder diante da situação de um sinistro.

Percebe-se, de forma implícita, uma evolução temporal intratextual – desde quando o carro é roubado até o processo de indenização – e todos os imprevistos e possibilidades de atitudes e providências que podem ser tomadas localizando-se nesse intervalo temporal. O enredo é mesclado de suposições e discursos de autoridades.

O narrador, no caso o jornalista, situa os personagens no tempo e no espaço: cria um ambiente no qual projeta os conflitos vividos pelos personagens e há um desenvolvimento textual em que pode ocorrer facilmente a troca de posição entre o enunciador e o leitor.

Tais elementos, que poderiam se encontrar no início do parágrafo da matéria, ao se fragmentarem, constroem uma estrutura de

Lígia Regina Andrade Guimarães, Pâmela Araújo Pinto, Yane Silva Botelho e Reuben da Cunha Rocha Júnior.

narração e mantém o leitor fisgado até o final do texto.

Isso foi possível em função de três elementos do lead (o que, quem e por que) estarem dispostos no título, no subtítulo e na legenda da foto, itens que compõem a matéria, fazendo com que o jornalista tivesse maior liberdade de criação. Onde se conclui ser necessária uma preocupação com todos os elementos de uma produção jornalística, sendo importantes os recursos do corpo da matéria (texto propriamente dito) e também aqueles concernentes à programação visual.

5. Conclusão

A análise do texto é um exemplo que nos permite afirmar ser possível escrever a partir dos valores jornalísticos sem se prender ao lead e sem perder a especificidade do discurso jornalístico (compreensibilidade, atratividade) descritos por Traquina.

Mesmo encontrando-se em uma editoria de economia, a matéria analisada possui uma linguagem menos carregada de termos técnicos, (mesmo tratando-se de economia), o que garante uma fluidez na leitura, além da saciedade de informações. Essas considerações permitem-nos afirmar que fazer um jornalismo criativo não significa ser antijornalístico, ou deixar lacunas quanto à apuração na transmissão dos fatos.

Comprova-se, com esta análise, que é possível escrever respondendo aos questionamentos inerentes ao lead sem reproduzi-lo *ipsis litteris*, razão pela qual o jornalista deve buscar opções de construção textual privilegiando a clareza sem necessariamente se enclausurar em um único e exclusivo modo de escritura. O principal questionamento da matéria – “o que fazer em caso de roubo de carro ainda não quitado” – não foi respondido de maneira dialogal no primeiro parágrafo, mas o texto não deixou de “conduzir” o leitor objetivamente para a informação com todos os elementos que dela se poderia dispor.

REFERÊNCIA

ERLOBATO, Mario. Técnicas de codificação em jornalismo. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.

FERREIRA JUNIOR, José. Capas de Jornal. São Paulo: SENAC-SP, 2003.

GANCHÓ, Cândida Villares. Como analisar Narrativas. Série princípios. 1999

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. 3 ed. Porto alegre: Ortiz, 1997.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalismo Econômico. São Paulo: Edusp, 1996.

LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da Notícia. Petrópolis; vozes, 1979.

NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. 4. ed. São Paulo: contexto, 2003.

PEREIRA, Mauro Cezar. Indenização para veículos ainda não quitados é mais complicada. Valor Econômico. São Paulo, maio 2005. Guia Veículos, mercados, p. 2.

ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. São Paulo: Brasiliense, 2000 – Coleção Primeiros Passos.

TRAQUINA, Nelson. O que é jornalismo. 1. ed. : Quimera, 2002.

Para além do lead: uma análise de construção da notícia