



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação

## **Relevância e noticiabilidade no manual de redação da Folha de S. Paulo**

Pedro Simões

Brasília

2011

Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação

Pedro Simões

**Relevância e noticiabilidade no manual  
de redação da Folha de S. Paulo**

Monografia apresentada à banca  
examinadora da Faculdade de  
Comunicação como exigência para  
obtenção de diploma no curso de  
Comunicação Social com habilitação  
em Jornalismo.

Orientadora: Márcia Marques

Brasília  
2011

# **Relevância e noticiabilidade no manual de redação da Folha de S. Paulo**

Pedro Simões

BANCA EXAMINADORA

-----  
Prof<sup>a</sup> Márcia Marques

-----  
Prof<sup>a</sup> Thaïs de Mendonça Jorge

-----  
Prof<sup>a</sup> Zélia Leal Adghirni

# **Resumo**

Por que as notícias são como elas são? Uma análise de quais são os critérios de seleção de notícias que a Folha de S. Paulo apresenta em seu manual de redação, como esses critérios evoluíram ao longo do tempo, e como eles são aplicados na prática pelos jornalistas do veículo.

## **1. Palavras-Chave**

Folha de S. Paulo, relevância, noticiabilidade, valor-notícia, newsmaking, gatekeeping

# **Abstract**

Why are news the way they are? An analysis on what are the criteria for news selection outlined on the Folha de S. Paulo style guide, how these criteria evolved from previous editions, and how they are applied by Folha's journalists.

## **2. Keywords**

Folha de S. Paulo, relevance, newsworthiness, news values, newsmaking, gatekeeping

# **Sumário**

<b>Introdução</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos e Justificativa</b>	<b>10</b>
<b>Metodologia</b>	<b>13</b>
<b>Referencial Teórico</b>	<b>15</b>
<b>Relevância e noticiabilidade nos manuais da Folha</b>	<b>23</b>
<b>Relevância e noticiabilidade na prática</b>	<b>27</b>
<b>Conclusões</b>	<b>31</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>33</b>
<b>Anexos</b>	<b>36</b>

### 3. Introdução

Por que as notícias são como elas são? Por que processo os fatos são selecionados e transformados em conteúdo noticioso? Essa compreensão é fundamental para avaliarmos o papel que o jornalismo desempenha na sociedade. Segundo Miguel Rodrigo Alsina, o jornalismo tem um “papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes” (ALSINA, 1996, p.18). Assim, as transformações feitas pelos jornalistas em seu trabalho impactarão a percepção pública dos fatos.

Um dos estudos pioneiros no campo foi publicado por David Manning White nos anos 50, e tinha como título “O Gatekeeper: um estudo de caso na seleção de notícias”. Resumidamente, White apresentava o conceito de gatekeeping como “uma seleção de informação em ‘portões’ controladas por ‘porteiros’, havendo informação que passa e outra que fica retida” (SOUZA, 2002, p.39).

Nessa perspectiva, os jornalistas são os porteiros que permitem ou impedem o fluxo de informação para seus leitores, e a busca pelos processos de seleção passa pela identificação de quais são os critérios que os jornalistas adotam em sua prática cotidiana. Entretanto, o conceito de gatekeeping é criticado por dar um foco por demais individual e psicológico para a questão da escolha de notícias, ignorando fatores sociais importantes, como por exemplo o ambiente de trabalho e a postura da empresa em que o jornalista trabalha.

Uma tentativa de preencher essas lacunas surgiu na teoria organizacional do jornalismo, exemplificada no texto de Warren Breed, “Controle Social na Redação: uma Análise Funcional” (BREED, 1955). Para o autor, os jornalistas são inseridos na política editorial da empresa por uma série sutil de mecanismos de recompensa e

punição. Como resultado, seriam poucos os jornalistas que não se colocam a favor da linha editorial do seu veículo de comunicação.

Por considerá-las complementares, este trabalho adota tanto a teoria do gatekeeping de White quanto a perspectiva de newsmaking de Breed, aplicadas a um instrumento que é rico em possibilidades de análise tanto para uma quanto para outra teoria: o manual de redação da Folha de S. Paulo. O manual é a ferramenta a que um jornalista deve recorrer quando se encontra em dúvida quanto a um termo ou postura, e também são representações diretas dos projetos editoriais de suas respectivas publicações (SANTOS, 2000). Sendo assim, o estudo dos manuais permite que se vislumbre tanto os conceitos que orientam a prática cotidiana do jornalista, como recomenda o gatekeeping, como a filosofia da empresa em que esse jornalista se insere e alguns de seus valores e normas, como diz o newsmaking. A escolha da Folha de S. Paulo e seu manual como objeto de estudo justifica-se pelas várias edições que o jornal publicou de seu manual desde 1984, oferecendo um amplo campo de análise também para as mudanças que os critérios de seleção sofreram com o tempo, ainda que por necessidade esse trabalho vá se concentrar em sua edição mais moderna.

O conceito de valor-notícia, primeiramente sugerido por Jogan Galtung e Mari Holmboe Ruge, também se mostra fundamental para o entendimento desse processo de seleção. Embora os jornalistas escolham que matérias publicar com base na experiência e na intuição, esse campo de pesquisa revelou uma constância de valores aplicados à seleção de notícias nas mais diferentes organizações. No caso da Folha de S. Paulo, alguns desses critérios são citados expressamente, enquanto outros ficam subentendidos, mas de qualquer forma são parte integrante da rotina do jornal.



O que constitui matéria noticiosa para a Folha de S. Paulo, que critérios ela utiliza para decidir quais matérias publicar, e como esses critérios se apresentam em seus manuais de redação? São estas as perguntas que esse trabalho pretende responder.

## **4. Objetivos e Justificativa**

### **4.1. Objetivo Geral:**

- Identificar e analisar os critérios de seleção de notícias expressos pelo manual de redação da Folha de S. Paulo

### **4.2. Objetivos Específicos:**

- Identificar o que constitui matéria noticiosa para a Folha de S. Paulo
- Comparar os critérios de seleção recomendados pelo manual com aqueles mencionados pelos jornalistas entrevistados
- Observar as mudanças nos critérios de noticiabilidade ao longo das diferentes edições do manual da Folha

### 4.3. Justificativa

Entre jornalistas que atuam no mercado de trabalho há algum tempo, a pergunta “o que é notícia?” é geralmente encarada com desconfiança. Para quem escreve matérias diariamente, identificar quais assuntos merecem ser tratados se torna segunda natureza, um componente automático do processo.

Em palestra na Universidade de Brasília, Willian Bonner, editor do Jornal Nacional, assim resumiu a missão de seu jornal: “levar aos espectadores aquilo de mais relevante que aconteceu no Brasil e no mundo”. Nessa frase, a palavra-chave é “relevante”. O que define a relevância de um assunto? Para Bonner, “a experiência nos ensina quais são os assuntos com maior prioridade”.

É durante esse processo de seleção de notícias que o jornalista executa seu papel de gatekeeper, o editor que decide o que o leitor deve ou não saber. É bom ressaltar que o gatekeeping não é algo negativo, mas antes uma característica intrínseca da produção de notícias. Porém, é preciso reconhecer o poder que reside nessas escolhas, já que elas irão modificar a maneira como o público percebe os fatos. Um papel tão importante não deve jamais ser feito sem reflexão.

Os manuais de redação modernos não ignoram a polêmica. Antigamente vistos como guias de gramática e ortografia, hoje os manuais de veículos como Folha de São Paulo, Correio Braziliense e Estadão incluem também capítulos sobre o projeto editorial de cada um e uma explicação de quais são seus critérios para o que deve ou não ser noticiado. Diz o manual da Folha: “o que informar, para quem e para quê?”.

Esse projeto busca identificar o que cada a Folha de S. Paulo entende como notícia, e analisar quais as relações entre as definições apresentadas nos manuais e as utilizadas na prática pelos jornalistas que trabalham nesses veículos.

Encontrar essas definições é particularmente importante porque um dos principais critérios de relevância para os jornalistas é aquilo que outros veículos de comunicação estão noticiando. Isso tende a gerar um círculo vicioso em que aquilo que é considerado relevante é o que é importante para os jornalistas, uma definição que nem sempre coincide com aquilo que é importante para o público em geral. Na pior das hipóteses, essa atitude pode enfraquecer a qualidade da informação, mantendo fora do noticiário temas que não correspondem aos interesses dos profissionais de comunicação.

## 5. Metodologia

Este trabalho se ancora no chamado método monográfico, criado por Pierre Guillaume Frédéric le Play e assim descrito (LAKATOS, 2006): “Partindo do princípio de que qualquer caso que se estude em profundidade pode ser representativo de muitos outros ou até de todos os casos semelhantes, o método monográfico consiste no estudo de determinados indivíduos, profissões, condições, instituições, grupos ou comunidades, com a finalidade de obter generalizações”. Assim, o objetivo é analisar a relação entre os jornalistas da Folha de S. Paulo e o manual de redação da empresa, com o objetivo de adquirir conhecimento sobre o papel que os manuais desempenham na atividade jornalística cotidiana.

Para o desenvolvimento do trabalho, foi adotada a combinação de procedimentos fontes e métodos, definida como triangulação (LAKATOS, 2006), por meio de revisão bibliográfica, análise do discurso, observação e entrevistas qualitativas feitas pessoalmente.

Em uma primeira etapa, foi feita uma análise do manual de redação da Folha de S. Paulo, procurando por assuntos referentes a critérios de seleção, relevância e noticiabilidade. Descreveremos os principais conceitos apresentados e algumas diferenças marcantes entre as abordagens de manuais anteriores e a versão atualmente utilizada. Essa etapa do trabalho se baseia nos conceitos da análise do discurso, em particular na tentativa de estabelecer o contexto no qual os manuais são produzidos e a ordem de discursos (FOUCAULT, 1998) na qual o manual se relaciona com suas antigas edições.

Em seguida, será realizada pesquisa qualitativa com jornalistas profissionais pedindo que eles descrevam quais os critérios que de fato utilizam na hora de

decidir as matérias que serão ou não ser publicadas. Uma análise deverá apresentar os temas mais comuns e a reação dos jornalistas a essa pergunta. Por uma questão de acesso, foi adotada uma amostragem voluntária, ainda que essa característica prejudique a generalização das conclusões (LAVILLE, 1999). As entrevistas são presenciais, realizadas na redação da Folha de S. Paulo em Brasília.

Por fim, cruzaremos os dados entre aquilo que os jornalistas julgam relevante em seu dia-a-dia e aquilo que os manuais definem como digno de atenção, buscando paralelos e discrepâncias, com o objetivo de estabelecer conclusões sobre a relação dos jornalistas da Folha com o manual da sua empresa.

## 6. Referencial Teórico

### 6.1. Gatekeeping

“Nenhum aspecto da comunicação é tão impressionante quanto a enorme quantidade de escolhas e descartes que precisam ser feitos entre a formação do símbolo na mente do comunicador e a aparição de um símbolo relacionado na mente do receptor” (SCHRAMM, 1949).

Um dos estudos pioneiros nesse campo foi publicado por White nos anos 50, e tinha como título “O Gatekeeper: um estudo de caso na seleção de notícias”. Resumidamente, White apresentava o conceito de gatekeeping como “uma seleção de informação em ‘portões’ controladas por ‘porteiros’, havendo informação que passa e outra que fica retida” (SOUZA 2002, p.39). Nessa perspectiva, os jornalistas agem como os “porteiros” que permitem ou impedem o fluxo de informação para seus leitores, e compreender esses processos de seleção exige identificar quais os critérios que os jornalistas adotam em sua prática cotidiana.

Em seu estudo, White acompanhou um jornalista em torno de 40 anos que trabalhava como editor em um jornal americano com circulação de aproximadamente 30 mil cópias. Em sua função de editor, o “Sr. Gates” atuava como o último gatekeeper em um longo processo. Mesmo considerando que os repórteres das agências que forneciam o material para Gates já haviam descartado inúmeras notícias, o editor ainda tinha dez vezes mais material que espaço, tornando-se necessário um grande processo de seleção. White concluiu que os critérios utilizados por Gates para rejeitar as notícias eram “altamente subjetivos, dependentes de julgamentos de valor baseados nas experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper” (p.65). Por exemplo, matérias foram rejeitadas por

serem “vagas”, “desinteressantes” ou por apresentarem uma opinião política com a qual Gates não concordava. Quando o próprio Gates se pronuncia, entretanto, ele garante que seus principais critérios são a clareza e a concisão das notícias (p.71).

O estudo de White mostra também notícias que ficaram de fora da edição não por um julgamento negativo por parte do editor, mas sim por questões ligadas ao modo de produção do jornal. Por exemplo, matérias que chegavam tarde tinham uma chance maior de serem recusadas por falta de espaço na edição. Outro fator previsto por White era a influência de outros jornais e programas jornalísticos. “Pode um editor recusar uma história quando ele vê jornais da competição de áreas próximas vindo até sua cidade e noticiando a história?” (p.70). White divide essas justificativas para se recusar notícias em duas categorias: aquelas que são desimportantes e podem ser descartadas, e aquelas que são preteridas em favor de outras versões da mesma história.

Outros estudiosos do mesmo campo, até anteriores a White, apontam outras esferas de influência. Em um estudo sobre um editor de telégrafo que selecionava os despachos de uma agência de notícias no final do século XIX, os pesquisadores Small e Vincent descreveram a seleção como baseada quase que exclusivamente nas impressões pessoais do operador (BERGER, 2006).

A teoria do gatekeeping enxerga o processo de seleção de notícias como subjetivo e arbitrário, com decisões que dependem de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper. Sua grande contribuição foi explicitar em que pontos da atividade jornalística “a função de filtro é exercida explícita e intencionalmente” (WOLF, 2003).

A teoria do gatekeeping foi importante por chamar a atenção para o processo de seleção das notícias. Entretanto, ela é criticada por dar um foco por demais



individual e psicológico para a questão, ignorando fatores sociais importantes, como por exemplo o ambiente de trabalho e a postura da empresa jornalística. Uma tentativa de preencher essas lacunas surgiu na teoria organizacional do jornalismo, exemplificada no texto de Breed, “Controle Social na Redação: uma Análise Funcional”.

A teoria organizacional traz para os estudos do jornalismo uma visão em que a seleção de notícias deixa de ser um processo individual. Por consequência, “é sublinhada a importância de uma cultura organizacional, e não uma cultura profissional” (TRAQUINA, 2003). Paralelamente, também abandonamos um paradigma de “distorção consciente” da informação em favor da “distorção involuntária”, reflexo da própria organização e produção dos aparatos jornalísticos (WOLF, 2003).

Breed escreve: “Idealmente, não haveria problemas de ‘controle’ ou ‘política’ no jornal em uma democracia plena. Os únicos controles seriam a natureza do evento e a capacidade efetiva do repórter de descrevê-lo. Na prática, descobrimos que o editor de fato estabelece políticas editoriais, e essas políticas são geralmente seguidas pelos membros da redação. A conformidade não é automática, entretanto, por três razões: a existência de normas éticas jornalísticas, o fato de que subordinados (repórteres, etc) tendem a ter atitudes mais ‘liberais’ (e portanto percepções) que o editor e podem invocar as normas para justificar textos que vão contra a política, e o tabu ético contra editores forçando os subordinados a seguirem a norma”.

A pressão, entretanto, não é direta. Os jornalistas são inseridos na política editorial da empresa por uma série sutil de mecanismos de recompensa e punição. Como resultado, seriam poucos os que não se colocam a favor da linha editorial do

seu veículo de comunicação, segundo Breed. O autor não considerou os manuais de redação por considerá-los apenas guias de escrita. Hoje, entretanto, os manuais de redação evoluíram e passaram a incluir descrições do projeto editorial, ou a sutilmente indicar as preferências do jornal em verbetes informativos. Assim, eles cumprem parte da importante função de apresentar ao neófito a cultura da corporação. Posteriormente, esse aprendizado será reforçado conforme o jornalista aprende quais matérias são aprovadas e quais não, e quais são os assuntos que mais despertam a caneta corretora do editor.

São seis os incentivos que os jornalistas encontram para incorporarem a lógica de produção da notícia da empresa para a qual trabalham: 1) a autoridade institucional e as sanções; 2) os sentimentos de obrigação e estima em relação aos superiores; 3) as aspirações à mobilidade profissional; 4) a ausência de fidelidade de grupo contrária; 5) a natureza agradável do trabalho; 6) o fato de que a notícia tornou-se um valor (WOLF, 2003).

Em um trecho sobre as oportunidades que um jornalista tem de discutir a linha de seu jornal, Breed desconsidera as reuniões com os editores, já que essas costumam tratar mais do valor noticioso do assunto do que o impacto sobre a política do jornal. Entretanto, é preciso notar que é a política do jornal que molda os critérios utilizados na escolha das notícias, definindo os valores-notícia para aquela publicação específica. Assim, questionar a escolha das notícias implica, de forma indireta, na crítica dos critérios definidos pela política do jornal.

## 6.2. Newsmaking, noticiabilidade e valores-notícia

A abordagem do newsmaking consiste em analisar a relação entre a cultura profissional dos participantes e a organização do trabalho e dos processos de produção do jornalismo (WOLF, 2003).

Por um lado, poucas profissões possuem uma cultura profissional tão forte quanto a dos jornalistas, como evidenciado pelo “Complexo de Clark Kent” (VIEIRA, 1991), a eterna busca do jornalista-herói. Mas talvez o maior dos mitos que compõem essa cultura é o do “observador desinteressado” (TRAQUINA, 2003), o profissional neutro, capaz de emitir informação em seu estado puro, desligada de interesses pessoais.

Essa cultura jornalística da objetividade surge nos Estados Unidos como uma resposta ao crescimento da propaganda e do aparecimento das assessorias de imprensa. Outro fator importante é o aparecimento das agências de notícias, cujo próprio modelo de negócios depende da crença na neutralidade de suas informações. O jornalismo se diferenciaria, portanto, por seu caráter objetivo e impessoal de mero narrador dos fatos. Trata-se de uma ficção, mas uma ficção que ainda tem forte raiz no imaginário coletivo dos jornalistas.

Ao longo do processo de produção da notícia, essa imagem que os jornalistas cultivam de si próprios entra em choque com a cultura organizacional da empresa e com a hierarquia da redação. No topo de tudo isso, constroem-se convenções profissionais “que determinam a definição de notícia, legitimam o processo de produção (do uso das fontes à seleção dos eventos, às modalidades de confecção) e contribuem para prevenir as críticas do público” (GARBARINO apud WOLF, 2003).

Dentre essas convenções profissionais, a que nos interessa é o processo de seleção das notícias, legitimado pelo conceito de noticiabilidade.

“Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. Sendo assim, a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa “matéria-prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente variável e imprevisível. “Sem uma certa rotina de que se possa valer para fazer frente aos acontecimentos imprevistos, as organizações jornalísticas, como empreendimentos racionais, faliriam” (TUCHMAN apud WOLF, 2003).

A chave para a definição da noticiabilidade está nos chamados valores-notícia, uma série de critérios que, se atendidos, aumentam a chance de uma determinada história ser publicada. “Os valores/notícia são, portanto, regras práticas que compreendem um corpus de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalho redacional. [...] Mas ainda mais, eles constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos compartilhados a respeito da natureza e dos objetivos das notícias, referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários” (GOLDING & ELLIOTT apud WOLF, 2003).

Esses critérios de noticiabilidade aparecem de forma significativa nos modernos manuais de redação, cientes de que é preciso justificar a escolha de notícias não apenas para os profissionais da empresa, mas também para os leitores e para o público em geral. Não há consenso sobre quais deveriam ser os valores-

notícia e na prática eles variam não apenas de publicação para publicação, mas de jornalista para jornalista, e os manuais buscam uniformizar essa situação.

Mauro Wolf assim divide os critérios de noticiabilidade:

- Critérios substantivos

São os critérios referentes à própria natureza do fato, sua importância e o seu interesse. Por exemplo, o grau hierárquico dos envolvidos, o número de pessoas afetadas ou a relevância para o país tornam uma notícia importante, enquanto fatos insólitos, emocionantes ou divertidos a tornam interessante.

- Critérios relativos ao produto

São aqueles que dizem respeito ao processo jornalístico, e que julgam se determinado fato se adequa a eles. Por exemplo, quantos recursos serão necessários para cobrir determinada história ou se ela pode ser tratada nos meios jornalísticos tradicionais. Também estão incluídas preocupações de cunho mercadológico, como a novidade ou a necessidade de balancear notícias muito pesadas com outras mais leves.

- Critérios relativos ao meio

Cada meio de comunicação tem seu próprio suporte (texto, áudio, audiovisual), e esse suporte restringe as histórias que podem ser contadas por ele. Assim, um jornal televisivo dará prioridade a pautas que forneçam boas imagens, da mesma forma que uma revista semanal não se importará em cobrir eventos diários a menos que eles sejam de impacto duradouro.

- Critérios relativos ao público

Os critérios que adaptam as notícias de um meio ao seu público-alvo, de forma a tornar as notícias mais agradáveis, compreensíveis e desejáveis. Esse critério pode aparecer tanto no processo de seleção da notícia (evitando temas pesados em um jornal vespertino, por exemplo), quanto em sua formatação (como na decisão do ponto de vista pelo qual a história é contada).

- Critérios relativos à concorrência

Além do eterno medo do “furo”, de que um rival publique a notícia primeiro, os jornalistas também evitam, na seleção de notícias, ser demasiadamente diferentes da concorrência, sob pena de serem acusados de parcialidade ou mesmo subserviência a um determinado interesse. Espera-se que um jornal publique, no mínimo, tudo que seu oponente também vai publicar.

## 7. Relevância e noticiabilidade nos manuais da Folha

Em comparação com outros manuais de redação no mercado, os da Folha de S. Paulo se destacam por serem mais que simples compêndios de dicas de escrita. O manual da Folha de S. Paulo é também o livro responsável por apresentar aos jornalistas o Projeto Folha, o projeto editorial do jornal. Comparado ao manual do Estadão, por exemplo, o manual da Folha oferece uma imagem mais clara de qual é a visão por trás do jornal e quais os critérios por trás da seleção de notícias, pelo menos no que diz respeito ao plano teórico representado pelos manuais.

Por exemplo, o Novo Manual de Redação da Folha de S. Paulo, publicado em 1992, traz o seguinte texto sob o verbete "importância da notícia" (p.35):

"Critérios elementares para definir a importância de uma notícia:

- a) Ineditismo (a notícia inédita é mais importante do que a já publicada)
- b) Improbabilidade (a notícia menos provável é menos importante do que a esperada)
- c) Interesse (quanto mais pessoas possam ter sua vida afetada pela notícia, mais importante ela é)
- d) Apelo (quanto maior a curiosidade que a notícia possa despertar, mais importante ela é)
- e) Empatia (quanto mais pessoas puderem se identificar com o personagem e a situação da notícia, mais importante ela é)."

Esses critérios parecem se encaixar confortavelmente com as definições de Galtung e Ruge (1965). Curiosamente, a Folha omite a negatividade, ou seja, a

teoria de que notícias ruins são mais dignas de publicação que notícias boas. Apesar dos esforços de apresentar critérios objetivos para a seleção de notícias, a Folha achou melhor ignorar o valor-notícia mais polêmico.

Já o novo Manual da Redação, publicado em 2001 e reeditado até hoje, não apresenta nenhum esquema tão simples. Logo no começo da apresentação do Projeto Folha, o manual descreve o problema: "O jornalismo reflete fraturas e deslocamentos que ainda estão por mapear e se defronta com dilemas capazes de pôr seus pressupostos em questão: o que informar, para quem e para quê?" (p.11).

Um pouco mais à frente, o manual expande o assunto: "Em meio à balbúrdia informativa, a utilidade dos jornais crescerá se eles conseguirem não apenas organizar a informação inespecífica, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo. Em outras palavras, o jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de selecionar, didatizar e analisar. É recomendável que a gama de assuntos cobertos até se reduza em alguma medida, desde que em contrapartida sua seleção seja mais pertinente e o tratamento que receberem, mais compreensivo" (p.15).

O manual de 2001 volta a mencionar o assunto mais uma vez, em seu capítulo sobre Procedimentos. Em uma seção intitulada "Seletividade e Hierarquia", há o seguinte trecho: "Selecionar significa também priorizar assuntos, mesmo em detrimento de outros. (...) Assim, as pautas devem obedecer a hierarquias estabelecidas pelas editorias. Os fatos de incontestável interesse geral e as notícias



de utilidade pública ocupam o topo da hierarquia das pautas. Dentre as de mesmo impacto, as investigações exclusivas devem ter prioridade" (p.21).

Dos cinco critérios elencados na edição de 92, apenas o Interesse parece ter sobrevivido até o terceiro milênio, e a busca pela matéria exclusiva veio se somar a ele. São reflexos de uma sociedade mais crítica quanto ao jornalismo e seu papel, bem como de uma descrença pós-moderna quanto a qualquer método "objetivo".

Ao mesmo tempo, esse trabalho de seleção ganha cada vez mais importância, uma vez que o manual reconhece que hoje a seletividade é não apenas uma questão de espaço, mas também de organização das notícias de forma a criar uma narrativa coerente que estabeleça para o leitor o que de importante está acontecendo em seu cotidiano.

Conciliar a descrença em métodos objetivos de seleção com a importância crescente desse processo é um dos grandes desafios do jornalismo moderno, e o manual não oferece solução. Entretanto, há linhas-guia, estabelecidas pelos pauteiros, pelos editores, e pelo próprio manual.

Cada editoria da Folha de S. Paulo conta com um pauteiro, responsável por elaborar a pré-pauta e a pauta consolidada, os documentos que estabelecem a prioridade das matérias na hierarquia do jornal. Os jornalistas são parte ativa desse processo, sempre em busca de novos e melhores ângulos para suas matérias, mas em última análise a decisão cabe ao pauteiro, em um processo subjetivo que, de acordo com o manual, deve levar em conta a leitura diária de outras publicações, a observação da vida na cidade, a reflexão sobre os acontecimentos do mundo, uma suspeição permanente quanto a tudo que é unânime ou habitual e a percepção do que seja útil para o entendimento do leitor.

O manual também busca explicar o que exatamente são os assuntos de interesse geral que devem ocupar o topo da hierarquia de pautas: “acontecimentos que podem modificar as estruturas políticas, econômicas e culturais de uma cidade, de um país ou do mundo”, como a queda do Muro de Berlim, o impeachment de um presidente ou a eleição de um prefeito.

Já as notícias de utilidade pública seriam aquelas que afetam a vida cotidiana dos leitores em um nível fundamental. “Elas podem abranger áreas como saúde (uma epidemia de dengue, por exemplo), educação (mudanças no vestibular para a universidade), ciência (a criação de uma nova vacina), economia (mudanças na taxa de juros), legislação (a alteração do Código Penal) e organização urbana (nova lei de zoneamento urbano”.

Em um nível inferior, estão as pautas de grande comoção pública, objeto de catarse, admiração e empatia por parte dos leitores, como a queda de um avião, o campeonato de futebol ou o casamento real, evitados o sensacionalismo e a emotividade. Também nesse nível estão as matérias sobre a dinâmica de relações entre partidos e outras instituições, e reportagens originais de análise, como por exemplo uma matéria sobre a relação entre a popularização de um determinado programa e o aumento na venda de aparelhos de TV.

## 8. Relevância e noticiabilidade na prática

Em meio à rotina das redações, é raro o jornalista que encontra tempo para consultar o manual, e aqueles que o fazem buscam respostas pontuais para uma dúvida de ortografia ou de estilo. Para os jornalistas com alguma experiência no veículo, a importância do manual é certamente reduzida: eles dizem já ter incorporado o espírito do jornal, e não precisam consultar o texto para saber o que a Folha considera notícia, ou como deve ser selecionada a pauta.

Valdo Cruz, repórter especial da Folha, destacou a função do manual para os iniciantes, afirmando que “nos primeiros anos, é super importante saber o que o jornal quer, como ele gosta da notícia, as regras”, mas também deixou claro que ele, há 23 anos no jornal, não tem mais necessidade de consultar o volume para conferir os critérios de noticiabilidade. “É um software que já está rodando na sua cabeça o tempo todo, você o que é notícia e o que não é”. Simone Iglesias, repórter da editoria poder, compartilha da mesma opinião: “Acho que a prática te leva a perfeição. Acho que não é manual nenhum que te leva a perceber isso. Prática e senso crítico respondem muito melhor que qualquer manual”.

Essa opinião foi ecoada por Andreza Matais, também repórter: “Eu acho que isso é a maturidade da profissão. Você vai percebendo o que é interesse, o que é notícia, por que é importante que aquela informação esteja no jornal. Eu acho que é intuição, ter um pouco de noção”.

Quanto à influência dos editores e pauteiros na seleção das pautas, todos os entrevistados afirmaram ter um alto grau de liberdade quanto à escolha de suas pautas, ainda que elas precisem ser discutidas e aprovadas por outros membros da equipe. Daniela Paixão, repórter do portal UOL, comentou: “Nunca recebi um não do

meu editor sobre as pautas”. Existem, entretanto, matérias que são feitas a pedido dos superiores: “É claro que os editores da UOL me repassam o que querem que eu faça, tanto quanto economia quanto cotidiano”. Outra repórter, Andreza Matais, resumiu o processo como “um diálogo”.

Fora do universo estruturado do manual de redação, os critérios de seleção de notícias se tornam bem mais complexos. Segundo Valdo: “Às vezes a notícia não vai pra primeira página hoje, mas em outro dia pode ir. Depende do momento, depende das circunstâncias, depende da temperatura do governo, do noticiário. É relativo. Às vezes você faz uma matéria que achava que ia ser manchete, e ela nem sai”.

Até mesmo o critério de interesse do leitor, um dos mais destacados no manual de 1992, sofre ressalvas: “Está claro que economia interessa a uma faixa de 15 a 20% dos leitores do jornal. Só que normalmente é esse leitor que compra o jornal, e também é o leitor de maior poder aquisitivo. Então eu não escrevo pra todos os leitores. Se bobear, as matérias que eu escrevo não são as favoritas dos leitores do jornal, porém, são os leitores mais qualificados e de maior poder aquisitivo”. Esse critério, apesar de aparentemente ir contra as antigas definições de interesse do leitor como critério de noticiabilidade, se encaixa confortavelmente no contexto dos novos manuais, em que o interesse geral é definido não de acordo com o índice de leitura, mas sim com o impacto daquela notícia. Que tal definição encontre uma justificativa comercial é um requisito necessário para sua sobrevivência.

Outros valores não expressos no manual parecem ter grande importância na seleção de pautas, como no caso de Simone Iglesias, repórter da editoria Poder, descrevendo o papel de cobrança desempenhado pelos jornalistas e sua influência na seleção de matérias: “A gente recebe muita reclamação sobre políticos, e muitas

vezes a história parte daí. Quando se trata de política não tem que fazer mais ou menos. Tem que fazer 100%. Se ele não fez 100% do que ele é pago pra fazer, a gente tem que cobrar”.

Já a Daniela Paixão, do portal UOL, tem uma afinidade pessoal por pautas com as quais o espectador possa se identificar. “Eu chamo matéria que toca porque muitas vezes com a correria do jornalismo, principalmente o da internet onde é tudo muito rápido, fica insensível. Eu sempre fui aquela repórter que fala pra fazer isso, correr atrás”.

Quanto à importância do furo, outro critério mencionado no manual, novamente as opiniões se dividiriam. Andreza se disse competitiva, e que não gosta de levar furo, mas adora quando uma matéria dela tem grande repercussão. “É muito bacana quando isso acontece. Pra mim é meio que o principal para se motivar a querer melhorar”.

Já Simone questionou a possibilidade de furo em um jornal impresso nos dias de hoje: “Em 1994 eu dava furo. Não tinha celular, não tinha internet nem esses portais grandes. (...) Acho que mudou muito o que é o furo hoje. Lógico que ele tem importância mas não é do mesmo jeito”.

Com o manual deixado de lado pelos jornalistas mais experientes e com um grande número de fatores subjetivos e pessoais influenciando a escolha das matérias, é de se perguntar em que medida o projeto editorial do veículo ainda influencia na escolha das matérias. Se os critérios de escolha em grande parte independem do jornal, será que os repórteres levam a afinidade do seu veículo em conta quando vão apurar um fato? No caso de um jornal especializado como, digamos, o Valor Econômico, a resposta é sim, mas e no Grupo Folha?

Daniela Paixão, a repórter do portal UOL, acha que a afinidade do veículo é secundária frente ao próprio peso do fato: “Se está acontecendo algo importante na economia eu vou fazer assunto de economia”.

Já Simone Iglesias, da editoria Poder da Folha de S. Paulo, acha que o perfil diferenciado do público de cada veículo influencia não apenas a abordagem, mas a própria seleção de matérias: “Eu acho que matérias mais rigorosas de combate a corrupção, a gente vê mais no impresso. Na TV, quando explode uma operação da PF. Pra quem tá vendo um Jornal Hoje ele quer uma receita, ele quer ver uma matéria mais pop”. Mesmo entre dois jornais impressos, ela enxerga diferenças significativas no tratamento das pautas: “O Estadão vê uma matéria em que o presidente aumentou os impostos e eles vão no Senado repercutir aquilo. Eu acho desnecessário isso. A Folha publica repercussão mas é de forma diferente”.

Andreza Matais, também da editoria Poder, acredita que as notícias podem ser as mesmas, e o diferencial do veículo está no desenvolvimento da matéria: “Quando é notícia interessa a todo mundo. Os jornais hoje têm as mesmas matérias. Tem jornais que gostam de brincar um pouco, têm uma abordagem diferente”.

## 9. Conclusões

Uma vez identificados os critérios de relevância e noticiabilidade expressos no manual de redação da Folha, foi surpreendente a desconexão entre as linhas-guia estabelecidas no manual e a prática cotidiana dos jornalistas. Embora o pequeno número de entrevistas não permita uma análise do jornal como um todo, os jornalistas entrevistados concordariam com a frase do William Bonner na palestra da UnB: “a experiência nos ensina quais são os assuntos com maior prioridade”.

O manual assume, portanto, uma posição secundária no processo de seleção da notícia. Conforme o jornalista internaliza os valores-notícia da sua publicação (ou os valores universais, como alguns entrevistados hipotetizaram), o manual é progressivamente deixado de lado, consultado apenas para dúvidas pontuais de gramática e ortografia, à moda dos antigos manuais de redação.

Ainda assim, existem semelhanças entre os critérios elencados no manual e aqueles citados pelos jornalistas entrevistados: o interesse geral, a utilidade pública e os assuntos capazes de provocar grande comoção foram todos mencionados, ainda que com outras palavras, e não pelas mesmas pessoas. Seja por concordar com o “bom senso” ou por ser eficaz em seu papel de doutrinação, o manual parece ter infiltrado suas principais ideias no imaginário dos jornalistas.

Inúmeros outros valores, entretanto, parecem ter igual influência na seleção das notícias: o desejo pelo furo, a análise da concorrência, a visão do papel social do jornalismo, a chance da matéria virar manchete do jornal ou gerar repercussão em outros veículos, a opinião dos colgas de profissão, entre outros.

É uma contradição: justamente no momento histórico em que a seleção eficaz de notícias se torna mais necessária que nunca, não só como imperativo profissional

mas como forma de dar ordem e narrativa ao caos informativo que nos cerca, os critérios utilizados para realizar essa seleção são cada vez mais frouxos e subjetivos, pouco mais que bom senso temperado pela experiência.

Seria essa tendência um voto de confiança nos profissionais da Folha e em sua capacidade de analisar a complexidade dos fatos de forma mais adequada do que uma lista estática de critérios, ou o simples resultado da descrença pós-moderna em conceitos como objetividade?

Seja como for, se torna necessária uma reflexão mais profunda entre os jornalistas sobre o processo de seleção das notícias, em parte por sua importância crescente, e em parte pela facilidade com que esse processo pode ser subvertido, intencionalmente com o objetivo de privilegiar certos grupos e interesses, ou não-intencionalmente como parte da mentalidade provinciana que tende a se instalar nas redações, na qual se confunde o que é importante para o público com o que é importante para os jornalistas. Como disse Valdo Cruz: “Às vezes você faz uma notícia achando que aquilo só interessa a você e sua fonte, e a mais ninguém”.



## **10.Referências Bibliográficas**

ALSINA, Miguel Rodrigo. La construcción de la noticia. Barcelona, Buenos Aires, 1996.

BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. A era glacial do jornalismo - Teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BREED, Warren. Controle Social na Redação: uma Análise Funcional”. Revista Social Forbes, p.107-122, 1955.

CADENA, Nelson Varón. Os primeiros manuais de redação. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/112.html>>. Acesso em: 25 nov. 2009.

FOLHA DE S.PAULO. Manual Geral da Redação. São Paulo: Publifolha, 1984.

FOLHA DE S.PAULO. Novo Manual de Redação. São Paulo: Publifolha, 1996.

FOLHA DE S.PAULO. Manual da redação: Folha de S.Paulo. São Paulo: Publifolha, 2001.

FOUCAULT, Michel. A Ordem do Discurso. São Paulo: Loyola, 1998.

GALTUNG, J. & Ruge, M. Holmboe. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. Journal of Peace Research, vol. 2, 1965.

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. São Paulo: Ática, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2006, 4a Edição.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. A Construção do Saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Trad. Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MARQUES DE MELO, J. Gilberto Freyre: o modernizador precoce da imprensa brasileira. In: Imprensa brasileira: personagens que fizeram a história. São Paulo: Universidade Metodista / Imprensa Oficial de São Paulo, 2005.

MOTTA, L.G. (org.) Ideologia e processo de seleção de notícias. Brasília: Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

PONTE, C. Para entender as notícias. Linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005. SANTOS, Carolina Soares Dos. Manuais de Redação: Projetos Editoriais Publicados. Brasília: Unb, 2000.

SCHRAMM, Wilbur. Mass Communications. University of Illinois Press, Urbana, 1949.

SOUZA, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

VIEIRA, Geraldinho. Complexo de Clark Kent: são super-homens os jornalistas?. São Paulo: Summus, 1991.

WHITE, David Manning. The Gatekeeper: A Case Study In the Selection of News. Social Meaning Of News, Estados Unidos, 1964.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

## **Anexos**

### **Entrevistas**

#### **Valdo Cruz - Repórter Especial da Folha de S. Paulo**

##### **Você tem liberdade na escolha de pautas? Você discute elas com o editor?**

Eu tenho liberdade. Algumas coisas me pedem, mas como repórter especial eu tenho liberdade para propor as pautas, não tenho que ficar fixo em um tema ou seguindo uma pauta específica. Basicamente eu posso criar minha pauta. Mas claro que trabalhando em Brasília e cobrindo os bastidores do governo, os temas mais importantes do dia de governo eu acabo tendo que cobrir.

##### **Qual foi a última matéria que você fez, por exemplo?**

Eu faço várias, mas a última era sobre como será o relacionamento da Dilma com a imprensa.

##### **E como você chegou a essa pauta?**

Nesse caso foi um pedido do jornal. Às vezes a direção do jornal tem algum pedido especial de matéria, e foi o que aconteceu nesse caso.

##### **E uma pauta que você escolheu, uma matéria de que você se lembra?**

Em uma matéria mais recente, eu sabia que salário mínimo era uma história que estava pegando no governo, e eu comecei a me informar sobre quais eram os

bastidores no governo para a definição do salário mínimo. O que eu procuro fazer é descobrir os assuntos que dão mais polêmica dentro do governo, e ir atrás deles.

**Todo dia acontece um monte de coisas no governo, e você vai atrás dos fatos mais importantes. Como você define essa importância?**

É o que vai dar mais repercussão no jornal, o que tem mais chances de ir pra primeira página. Meu foco é esse. Não gosto de ir atrás de coisas que não têm chance de dar manchete. Já tenho 23 anos de jornal, então eu sei mais ou menos do que o jornal gosta e do que o jornal não gosta. Então eu vou atrás principalmente das coisas que são "primeiráveis", como a gente chama, as matérias com maior importância dentro de um jornal.

**Você diz que com a experiência é possível saber as matérias que têm mais chance de ir pra primeira página. O que elas têm em comum?**

Depende do momento. Às vezes a notícia hoje não vai pra primeira página mas em outro momento a mesma notícia pode ir. Depende do momento, depende das circunstâncias, depende da temperatura do governo, do noticiário. É relativo. Às vezes você faz uma matéria que achava que ia ser manchete, e aí nem sai. Outro dia você faz uma matéria que achava que não era grande coisa... é circunstancial.

**Então não é um fator intrínseco à notícia, mas da conjuntura?**

Algumas sim. Alguns fatos se impõem por si só. Outros dependem das circunstâncias. Por exemplo, se o governo vai divulgar um pacote econômico, necessariamente é primeirável. Às vezes é algo que o jornal não cobriu direito. Por exemplo, câmbio pode não ser a coisa mais importante do dia, mas aí semana que

vem o câmbio vira o centro de uma polêmica e você já escreveu sobre aquele assunto, às vezes você reescreve aquele assunto com mais espaço.

**O Mauro Wolf fala de vários critérios de noticiabilidade. Um deles é o que diz que quanto maior o grau hierárquico da pessoa envolvida no fato, maior a chance dele virar notícia. Isso se aplica no seu trabalho?**

Com certeza. Se é informação de um assessor de assessor de ministro, não dá nada. Mas se for atrás de um ministro com aquela informação, ganha maior relevância. É o que a gente chama de Fonte 1, a fonte mais importante e gabaritada que vai te dar informação que você tem certeza da procedência e que deve se concretizar. O Manual da Folha tinha isso sobre Fonte Zero, Fonte 1...

**Sobre o Manual, você consulta ele no dia-a-dia?**

Já incorporei, né. 23 anos de casa, você já sabe tudo que o manual pede, o que não pede e tal. É uma coisa muito importante pra quem tá começando a trabalhar. No início, nos primeiros anos, é super importante pra saber o que o jornal quer, como ele gosta da notícia, as regras, tudo isso é importante. Mas é importante quando você está começando. Pra você ter noção das linhas gerais do jornal, regras, desde as regras básicas de o que é caixa alta ou caixa baixa até o enfoque do jornal, tá tudo ali.

**O Manual também dá dicas de como selecionar as notícias? Que fatos a Folha considera mais noticiáveis?**

Não... isso é muito do dia-a-dia. Depois de alguns anos de casa você já sabe o que é ou não notícia.

**Então é uma coisa instintiva que vem como parte da experiência como jornalista?**

Eu acho. É um software que já tá rodando na sua cabeça o tempo todo, você sabe o que é notícia e o que não é.

**Não tem uma lista organizada de critérios?**

Eu acho que não. Quer dizer, tirando da minha experiência, quando eu comecei eu cobria Banco Central, que rotineiramente dá matérias que vão pra primeira página do jornal, muitas vezes até manchete. O que você tem que fazer: se você está cobrindo uma área, você tem que entender muito daquela área. Não dá pra ser um superficialista. Apesar de todo jornalista ser um superficialista, nas dimensões da sua especialidade você tem que saber o máximo possível daquilo, porque aí às vezes você consegue tirar uma matéria de uma única frase, descobrir o que tem por trás daquilo. Portanto a principal regra é: vai cobrir alguma coisa? Procure se informar dela. Eu mesmo, se vou pegar uma área nova, a primeira coisa que eu faço é ler, procurar fontes que entendam do assunto, mergulhar nele antes de escrever. Porque se não você vira um mero reportador de notícias. Jornalista cada vez mais tem que interpretar a notícia pro leitor. Ele não pode só repassar. Nada de "O ministro disse que, reportou que", esse é um tipo de notícia que já migrou pra internet, e a própria internet vai exigir um texto mais interpretativo, no qual você diga ao leitor o que significa aquilo, e não simplesmente dar a informação. E isso só é possível se você entender do assunto. Se não... adeus.

**No processo de selecionar as notícias, os jornalistas decidem pelo leitor aquilo que é importante entre os fatos do dia. Isso orienta o trabalho dos jornalistas?**

Para algumas pessoas sim, outras fazem notícias pra eles mesmos, pro jornalista e pra fonte. É muito comum isso, mas está perdendo espaço porque o leitor começa a se desinteressar do jornal. Às vezes você faz uma notícia achando que aquilo só interessa a você e sua fonte, e a mais ninguém, mas esse é um tipo de notícia que tende a desaparecer porque os jornais fazem pesquisas sobre o que é notícia, do que o leitor quer saber, e a partir daí decide o foco do que cobrir. É claro que existem alguns assuntos que são importantes por si sós em termos do prestígio que trazem para o jornal. Economia, por exemplo, a área que a gente cobre por aqui. Está claro que economia interessa a uma faixa de 15 a 20% dos leitores do jornal. Só que normalmente é esse leitor que compra o jornal, e também é o leitor de maior poder aquisitivo. Então eu não escrevo pra todos os leitores. Se bobear, as matérias que eu escrevo não são as favoritas dos leitores do jornal, porém, são os leitores mais qualificados e de maior poder aquisitivo. O cara compra o jornal, e quando o filho vai ler não vai ler a minha matéria. Eu não cuido do leitor como um todo. O jornal lá em São Paulo tem que cuidar desse leitor, tem que ter notícias pra esse leitor qualificado, mas também para o resto dos leitores dele, se não o cara vai pegar o jornal e não vai ter nada que o interessa.

**Então essa não é uma preocupação que acontece no nível do repórter?**

Não... claro que o repórter tem que saber o que interessa ao leitor dele. Se minha área fosse saúde, eu teria que saber o que interessa ao leitor daquela área. Tem que



farejar, tentar entender aquilo que tem mais impacto. Mas isso é mais uma atribuição da chefia. Eu já fui chefe, eu sei que é assim.

**Dentro de política e economia, às vezes você faz uma matéria mais leve pra um público mais amplo?**

A gente tenta. De vez em quando é bom humanizar o jornal. A gente chama de side, uma coisa mais engraçada. Eu gosto desse tipo de notícia, é bem divertido. É mais engraçado que as outras matérias, como essa que eu fiz hoje sobre a Dilma, a pedido da direção do jornal. É um saco fazer, mas tudo bem. A presidente não vai gostar, por exemplo (risos).

## **Daniela Paixão - Repórter UOL**

### **Vocês escolhem a própria pauta ou costuma vir orientação do editor?**

70% das pautas eu escolho. Mas é porque eu já tenho uma certa experiência. Não seria bem escolher. Eu seleciono, repasso para meu editor chefe explicando porque gostaria de fazer a matéria. Nunca recebi um não do meu editor sobre as pautas. E é claro que os editores da UOL me repassam o que querem que eu faça, tanto quanto economia quanto cotidiano...

### **Como é a relação entre o online e o impresso? Os editores do impresso te passam pauta?**

Não. Eu não tenho relação nenhuma com o pessoal de impresso. Lá é totalmente independente.

### **Então são os editores do UOL que te repassam?**

Sim, o UOL tem uma série de jornalistas e editorias. Tem um gerente geral de conteúdo. Um de notícias. Uma equipe muito grande e que tem um gasto totalmente a parte da equipe Folha de S. Paulo. Claro, somos parceiros e pertencemos ao mesmo grupo ajudando um ao outro sempre que necessário, mas são coisas totalmente diferentes.

### **Dessas pautas que você sugeriu, o que chama atenção nelas? Por que você as sugere?**

Eu gosto muito de pauta de comportamento. Eu sugeri fazer a cobertura da enchente de Alagoas no ano passado. E isso envolve gastos como viagem, equipe e

tudo mais. Eu sabia que ia encontrar uma matéria tocante. Uma história bonita, triste. Que toque o internauta. Foi isso que aconteceu. Eu visitei 7 cidades ao longo de uma semana que foram atingidas. E eu escolho a pauta assim mesmo dizendo: "Olha, tem uma história boa. Vamos atrás disso?".

### **Tentando tocar o internauta então?**

Eu acho que assim, existe uma certa diferença com cobertura factual com cobertura especial. A cobertura factual você vai lá no governador que inaugurou a Rodoanel. Você vai lá e conta que o governador inaugurou a Rodoanel, diz quanto custou, pergunta pras pessoas que tão por ali perguntando se vai melhorar ou não, fala com um especialista perguntando um contraponto se vai melhorar ou não. Então é uma matéria que é informativa. Você não tem muita firula no factual. Quando você escolhe fazer uma matéria de comportamento dentro do assunto factual, como o exemplo da Rodoanel, você pergunta sobre as pessoas que foram afetadas na região, quem morava ali perto, quem teve casa desapropriada, como elas estão vivendo, a indenização que foi paga se foi justa e se elas conseguiram... Isso, seria um comportamento dentro do factual o que chamamos de "desdobrar". Vamos desdobrar essa matéria, vamos avançar essa matéria. Aí a gente faz o factual com forma e desdobra com outras pontas dentro do factual. Eu chamo matéria que toca porque muitas vezes com a correria do jornalismo, principalmente o da internet onde é tudo muito rápido, fica insensível. Eu sempre fui aquela repórter que fala pra fazer isso, correr atrás. Sempre tive as portas abertas para isso com meus chefes.

**Você trabalha com vídeos, o que significa que tem poucas matérias que você pode colocar, e muitos assuntos. Qual a hierarquia que você usa pra escolher o que vai ser deixado de lado?**

Eu uso o mais importante. Vou dar um exemplo. Pouco tempo atrás o sistema Cantaneira que abastece parte de São Paulo estava no limite, transbordando. É algo que afeta todo mundo da região. E ao mesmo tempo tava acontecendo um campeonato de futebol onde os jogadores sofreram um atentado com uma bomba. Eu tinha ali essas duas reportagens. E escolhi o que me afeta o dia-a-dia. O que afeta o dia-a-dia na minha comunidade, na minha cidade, no meu estado. Isso significa que o outro assunto não é importante? Não. Esse assunto é importante. Mas eu vou tratar esse outro assunto.

**Não é que você só vai cobrir o que está perto de você, mas se houver um conflito as notícias locais têm prioridade?**

Isso mesmo. A gente vai ver o que afeta todo mundo que tá ali. Se eu fosse leitora, eu ia querer saber atentado. Mas ia ficar muito mais ligada numa notícia da empresa que ia transbordar do lado da minha casa. E claro, temos a equipe do internacional que trabalha nisso. Quando eu tenho uma dúvida eu pergunto porque eu não tenho tanta experiência assim. Apesar de trabalhar há dez anos é muito pouco comparado com as pessoas que trabalham aqui.

**Vocês usam o manual de redação da Folha?**

Usamos.

**O manual tem duas partes. Aquelas que são dicas de redação e outra que é a parte do projeto editorial da Folha. Essa parte foi importante para você quando estava começando? Ou o que vale mais do manual é a parte de consulta?**

Pra mim o que vale mais no manual é a parte de consulta. Porque como eu fiz faculdade federal a gente sempre teve acesso a linha editorial dos grandes jornais brasileiros. O que pensa, como pensa. Quando cheguei na UOL eu já tinha muito claro o que era e o que não era. Claro, quando tenho alguma dúvida eu dou uma olhada mas é um manual que tá sempre perto de mim pra consulta ou dúvida. Embora eu não escreva muito porque eu faço mais vídeo, e a linguagem de in loco é totalmente diferente da linguagem do texto que vai ser publicado no jornal ou na internet.

**Você acha que a linha editorial do Grupo Folha é uma linha diferente da concorrência? Você leva em consideração a afinidade da Folha na hora de escolher um assunto?**

Não. A forma como a gente escolhe é importante. Se está acontecendo algo importante na economia eu vou fazer assunto de economia.

**Mas caso esteja acontecendo algo importante no esporte, por exemplo?**

Lá no UOL é diferente. Lá tem a gerência de esporte, de entretenimento, de conteúdo. Eu trabalho na gerência de conteúdo. Gerência de entretenimento que faz música, show é um. Eventualmente eles me pedem emprestado e aí eu vou e faço uma coisinha para eles.

**Essas pautas não entram em conflito com a sua?**

Não, porque eles têm o pessoal deles para fazer isso. É muito bem dividido. Tem a equipe de conteúdo, de notícias, de esporte. O que tá dentro de conteúdo de notícias que é onde eu trabalho: as editorias de educação, emprego, ciência e saúde, economia, internacional, Brasil e tecnologia.

## **Simone Iglesias - Repórter da editoria Poder**

**O que você gosta de apresentar como pauta? Qual o processo de seleção de matéria?**

A gente recebe muita reclamação sobre políticos, e muitas vezes a história parte daí. Quando se trata de política não tem que fazer mais ou menos. Tem que fazer 100%. Quando o político faz 100% é obrigação porque ele é pago por nós. Eu acho que a matéria sempre parte muito disso. Se ele não fez 100% do que ele é pago pra fazer, a gente tem que cobrar. Então parte desse princípio de cobrança. Se ele não fizer 100% e ainda é corrupto, mais motivo para a gente fazer matéria. Mas sempre parte daí: por que não fazer com eficiência como todos nós?

**Então é um papel de fiscalização?**

Perfeitamente. Eu acho que parte daí. De ver quando as coisas foram feitas de forma errada. E acho que isso acontece não é por falta de preparo. É por falta de vontade de fazer certo. Eu acho que o cara é político por falta de opção, por não ter mais consistência profissional. É aquele cara que não estudou para ser administrador, economista, não conseguir ser um empresário. E de fato ele não tem preparo para fazer isso. A gente tem que cobrar sim.

**Mas mesmo dentro desse enfoque em política, tem mais coisas acontecendo do que cabe no jornal. Como você prioriza os fatos?**

Eu acho que as coisas que tem maior relação com o jornal, com o perfil do público que o lê. Tem o público do jornal impresso, o público do jornal de TV, então depende muito do público com que você está lidando.

**Você acha que isso muda não só a abordagem mas a própria seleção de matérias?**

Sim. Totalmente! Eu acho que matérias mais rigorosas de combate a corrupção, a gente vê mais no impresso. Na TV, quando explode uma operação da PF. Pra quem tá vendo um Jornal Hoje ele quer uma receita, ele quer ver uma matéria mais pop. Tem diferença do noticiário mesmo. Ele que te dá o tom e a definição da pauta.

**Além do público, você usa outro critério para a seleção de matérias?**

Tem o critério pitoresco da coisa. Por exemplo, todo mundo se interessaria em saber que tem gente ganhando dinheiro sem trabalhar. Então o leitor quer ler um pouco disso, o que seria pitoresco para ele. Por pura curiosidade.

**Para você, quão importante é um furo no jornal?**

Acho que o furo hoje mudou muito. Em 1994 eu dava furo. Não tinha celular, não tinha internet nem esses portais grandes. Então você ia atrás de uma notícia que, as vezes, nem era nada bombástico. Por exemplo, eu trabalhava em aeroporto e sempre recebia os ministros ou políticos que desciam lá. Sempre tinha algo pra colocar deles por causa disso. Era furo? Não. Porque era notícia factual. Acho que mudou muito o que é o furo hoje. Lógico que ele tem importância mas não é do mesmo jeito.

**Segundo testes de público, apenas 15% dos leitores da Folha se interessam por política. Isso altera a forma como vocês escrevem? Vocês tentam escrever**



**pro público mais amplo possível e tentar conquistar outros leitores ou dão um foco para quem gosta de política mesmo?**

Eu acho que tem que escrever pra cada público. Como os jornais têm diminuído cada vez mais o espaço de texto a gente não pode perder tempo contextualizando, explicando muito. Então a gente já sabe que tem um percentual que lê política, e é muito melhor eu gastar minhas linhas contando melhor a informação do que perdendo tempo contextualizando. A busca toda do leitor está no título, na foto. Tá no olho da matéria. Não tá no texto em si. Eu acho que o texto em si tem de ser cada vez mais aprofundado para que o leitor que se interessa receba o que ele quer saber sobre o assunto.

**Mais direto ao ponto?**

Mais direto ao ponto e com mais informações sobre o conteúdo que a gente tá falando. Menos tempo explicando o que é e mais tempo aprofundando. Quem se interessa pela matéria, vai estar lendo ela. Quem não se interessa não vai parar para ler. Então eu acho que a gente tem que aproveitar melhor os fatos e contar mais detalhes. Quem não gosta do caderno de política, paciência. Ele vai se informar por outros meios. Vai ver a foto, o título e isso passa boa parte da informação pro leitor.

**O Manual de Redação da Folha. Você o leu quando entrou? É uma parte importante da cultura da redação?**

Li, faz muito tempo. É importante para cultura sim. Tá muito dentro do que a gente faz aqui, então não recorro a ele todo dia mas a gente tem que saber seguí-lo desde sempre.

**Você acha que as notícias da Folha são diferentes das notícias que saem em outros jornais? Se você trabalhasse numa concorrente, acha que faria as mesmas matérias?**

Acho que não. O Estadão e a Folha são muito diferentes. Se começarmos a falar de jornais regionais então, eles são completamente diferentes. O Estadão acho um texto muito pesado e acho que perde muito espaço com matéria de repercussão e coisas que acredito que não têm muito sentido em fazer. O Estadão vê uma matéria em que o presidente aumentou os impostos e eles vão no Senado repercutir aquilo. Eu acho desnecessário isso. A Folha publica repercussão mas é de forma diferente. Por exemplo, um ministro não vai poder ir numa reunião porque ele vai viajar. A gente procura saber se ele vai mesmo, quem sabia, quem não sabia. Até ver se ele estava fazendo algo errado. Repercussão pra mim é isso, com pessoas que você pode fazer isso. Não é só preencher o espaço do jornal, é o que vai levar a alguma coisa. Repercussão que não altera nada, não deveria nem ter.

**Qual o papel do Manual de Redação nessa diferenciação da notícia, da parte que diz o que é notícia para a Folha?**

Acho que a prática te leva a perfeição. Acho que não é manual nenhum que te leva a perceber isso. É a prática que te leva a perceber o que você acha que vai pro jornal. Você usa o senso crítico para perceber se aquilo é uma matéria ou não. Prática e senso crítico respondem muito melhor que qualquer manual.

## **Andreza Matais - Repórter da editoria Poder**

### **O que você usa para separar o que é importante e o que não merece entrar na pauta?**

Olha, eu acho que isso é a maturidade da profissão. Você vai percebendo o que é interesse, o que é notícia, por que é importante que aquela informação esteja no jornal. Eu acho que é intuição, ter um pouco de noção. Jornal tem pouco espaço e você tem que escolher bem o que vai sair. E quando eu tenho dúvidas eu pergunto ao editor o que ele acha da matéria, se acredita que é importante, escuto os colegas.

### **O primeiro recurso é conversar com os colegas?**

É, eu converso com os colegas, eu troco uma ideia com eles para ver se dá ou não. As vezes, pra ti é uma matéria bacana mas com a opinião dos outros você vê que não é e aí você não gasta energia em algo que não vai ser publicado. Mas você também entra em briga porque acredita que a matéria é legal e fica lá enchendo o saco até convencer o pessoal do seu ponto. Tem esse trabalho também de convencer as pessoas e vender seu trabalho. Acreditar que aquilo é uma opção.

### **O que é notícia? O que tem em comum entre as várias notícias que saem no jornal?**

Eu parto do princípio que é notícia o que vai interessar para as pessoas, o que vai provocar uma mudança na vida das pessoas ou que é de outra forma uma informação relevante. Essa semana recebi uma informação que o governo sancionou uma lei que acabava com a licença ambiental no estado, permitindo

qualquer obra sem licença ambiental. Apesar de estar longe de mim, era no Ceará, eu achava que isso seria uma boa matéria. Só que eu fui procurar a história e descobri que esse projeto tinha mudado porque era muito polêmico. Disseram que continuaria pedindo o licenciamento ambiental mas de uma forma simplificada. Então perdeu o valor pra mim porque não tinha mais importância. Mas eu fiquei o dia inteiro apurando essa matéria, falando com pessoas. Claro que você não vai fazer capa todo dia mas eu procuro me colocar naquilo que vai ser capa de jornal.

**Por que se ficasse sem licença ambiental seria matéria mas no momento que não era isso, era uma licença simplificada, deixou de ser matéria?**

Porque o simplificado é uma coisa que já existe. Não é nada de novo. É uma coisa que pode ser feita. Não há questionamento sobre isso judicialmente ou pelos órgãos ambientalistas. É uma desburocratização do processo. Então não é mais notícia porque eles estão fazendo o que é permitido. Agora, acabar com licenciamento ambiental fazendo com que as pessoas coloquem asfalto na praia é uma notícia que acredito que teria proporções internacionais. Poderia ser uma semente que seria plantada em outros estados. Então com a licença simplificada não era mais notícias pra mim, mas seria pro Ceará. Agora se o Ciro Gomes se candidatar a presidente eu posso colocar dizendo que ele já enviou um projeto que acabava com o licenciamento ambiental. Nada é desperdiçado. Em algum momento eu vou usar isso.

**Você que sugeriu a pauta ou o jornal que pediu que você investigasse?**

Não. Aqui com a gente quanto mais solto mais difícil ter sugestão de pauta. A gente mesmo se propõe e tudo mais. Sou contra a pauta. As vezes um cara pode ter uma

ideia bacana e tal mas chegar aqui e ficar esperando alguém te pautar é improdutivo.

**Como é a rotina de produção? Vocês têm alguma reunião de pauta?**

Temos reuniões segunda-feira para ver o jornal de fim-de-semana e discutir um pouco os assuntos da semana. Depois cada um vai atrás de assunto, conversando com os coordenadores. Quando tem crise econômica como a do ano passado, tem reunião todo dia.

**De maneira geral são os repórteres que propõem as pautas? Os editores já tem uma ideia do que tá acontecendo e passam o trabalho?**

Ah, acho que é meio o conjunto disso. Um diálogo. Quando a gente tá na rua a gente tem muito mais assunto do que quem tá na redação. Então acaba que sugerimos muita coisas mas eles também tem muitas ideias.

**Onde entra o manual de redação da Folha?**

Olha, não é um livro que você vai pegar e ler do começo ao fim. Então eu procuro consultar quando eu tenho dúvida. Quando entrei no jornal eu li o começo dele que fala da parte do processo do jornal, o que é uma notícia, o que é informação interessante, os conceitos. Então são aqueles conceitos que são importantes assim pro resumo do seu trabalho. E fora isso eu vou consultando pra tirar dúvidas, como escrever o número na matéria, se ele vai em ordinal ou por extenso...

**Mas vocês consultam o manual somente para isso? Não se consulta a parte sobre o que é notícia?**

Eu não sinto vontade disso não.

**Ele é mais uma ferramenta para o repórter que tá começando na redação?**

Eu acho que sim, quando você está entrando no jornal é importante, mesmo que você tenha experiência de um outro. Por exemplo, você não pode fazer algo que tá no manual que não pode. E depois dizer que não sabia, não dá. Tá no manual! Eu acho que um jornalista tem que ter discernimento de que às vezes o texto nem é tão legal, mas ele sabe que vai ser necessário.

**Você acha que a definição de notícia é universal ou que a Folha tem uma visão própria sobre quais assuntos descartar?**

Eu acho que sim. Pode ser meio universal. Eu acho que tenha uma diferenciação na maneira que a matéria é editada, publicada. Cada jornal tem sua maneira. A Folha é muito criteriosa com o "o outro lado". Ela não admite uma matéria que não tenha o outro lado. Tem muita preocupação com o erramos, com edição. Eu acho importante isso.

**Então o que mudaria é abordagem mas a notícia continuaria a mesma?**

É, o assunto continuaria o mesmo. Quando é notícia interessa a todo mundo. Os jornais hoje têm as mesmas matérias. Tem jornais que gostam de brincar um pouco, têm uma abordagem diferente.

**Preocupa você se sai uma matéria no concorrente e que vocês não tinham cobrido? Vocês vão atrás?**

A gente fica puto né. Se for uma matéria muito bacana e a gente acredita que deveria ter publicado a gente vai atrás, ver se consegue ter uma apuração melhor. O nosso ponto de partida é sempre tentar dar uma matéria melhor.

**A concorrência é importante? Vocês tentam superar a concorrência?**

Eu não posso falar por todo mundo, mas eu sou super competitiva. A concorrência é importantíssima. Eu procuro ter um trabalho melhor que os deles e acreditar que os deixei pra trás. Tenho um raciocínio meio assim. Se eles têm um furo, eu não gosto. Não dá pra achar que tem só você. A informação atualmente é de fácil acesso e o que for relevante vai se destacar. Teve uma matéria que a gente fez que saiu no Jornal Nacional. É muito bacana quando isso acontece. Pra mim é meio que o principal para se motivar a querer melhorar.