

# ESCREVER PARA JORNAL

**VIRGÍNIA MARTIN**

- Formada em Comunicação Social, jornalista apaixonada por produções editoriais, com especialização em Marketing, Publicidade e Comunicação Empresarial. Como editora, criou o projeto e produziu conteúdo do Jornal Palavra e da Revista Enfoque, ambos ganhadores de prêmios no segmento religioso.

Se o seu objetivo é transmitir conhecimento por meio da mídia impressa ou digital, saiba que o grande desafio da profissão de jornalista é conseguir ser eficaz na comunicação. A missão de veicular a mensagem começa por aí, mas percorre um caminho que requer conteúdo, responsabilidade, harmonia e regras. É relevante, no entanto, ressaltar a importância fundamental do hábito da leitura, para aquele que escreve. Afinal de contas, quem pouco lê maiores dificuldades terá para escrever. Quanto menor o vocabulário e o domínio das palavras, mais pobre ficará o texto.

Um dos grandes equívocos que se cometem na construção de um texto é achar que este pode ser escrito da mesma forma como se fala. Ledo engano! Um texto é uma outra via de comunicação, bem mais complexa e criativa. Portanto, se há algo a ser dito, é preciso que seja elaborado dentro de determinados padrões, considerando o público a que se destina e por qual canal será veiculado. Ao mesmo tempo, escrever é contribuir. E será altamente positivo ser capaz de elevar o nível de aprendizado de um leitor.

Escrever para veículos de comunicação é bem diferente de se escrever para o meio acadêmico ou jurídico, onde imperam os termos técnicos e as expressões latinas. O público em geral espera receber a informação já decodificada sob a forma de mensagem direta, que traga esclarecimento sobre determinado assunto, visando a facilitar a comunicação. Ou seja, um texto jornalístico prima pela **objetividade, clareza, concisão, verdade e estilo.**

## Objetividade

Especificamente, na produção desses textos há uma outra regra fundamental: a existência do *lead* (ou o aportuguesado *lide*), expressão inglesa que significa guia. Trata-se da primeira parte da notícia, onde o leitor encontra o resumo principal do que será lido na íntegra. Essa é a hora das seis perguntas básicas da teoria do jornalismo: “O quê?”, “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Por quê?”. Com essa técnica, a informação revela o fato e as principais circunstâncias que o cercam.

Em relação ao tratamento, há diferenças significativas entre os textos produzidos para jornais e para revistas. Jornais, que possuem menos espaço e apresentam o chamado jornalismo de velocidade (textos são produzidos com rapidez), trazem o *lead* logo na cabeça da matéria. Já o *lead* de uma reportagem ou de conteúdo para revista não necessita responder imediatamente às seis perguntas, já que possui texto mais longo.

Eis dois exemplos de formato de *lead* na linguagem jornalística para divulgação em jornal. Apenas o segundo está correto. Leia e compreenda a importância da estrutura na construção de um texto para veículos de comunicação.

- Nunca mais esta cidade se recupera de tanta violência. Agora foi num ônibus. Podia ser na sua rua. Bandidos que trocam tiros na via pública aterrorizam o cidadão comum. Ninguém está seguro.
- Uma tentativa de assalto a um ônibus da linha 457 acabou em tiroteio ontem no centro do Rio. Dois homens armados invadiram o veículo, por volta das 12h. Um dos passageiros reagiu. Hélio de Souza, de 19 anos, foi ferido no braço.

Dito isso, fica nítido que toda informação precisa de uma rota, um “guia”, para que seja bem assimilada pelo receptor. A partir desse princípio, o texto torna-se mais objetivo, já que sinaliza ao leitor aonde pretende chegar, o que deseja expressar em sua totalidade, atraindo-o para uma leitura completa. Ou seja, a pessoa lê tudo até o final e... entende o que leu. Se alguém escreve de forma perdida ou constrói um texto vago, sem sequência ou organização, acaba perdendo o leitor.

Com os objetivos bem definidos, qualquer pessoa pode lançar-se à escrita. Basta fazer do conteúdo um caminho agradável, interessante e inteligível para quem lê. Pense no que deseja abordar e monte um esboço com as informações fundamentais ao texto (*lead*). Produza uma linha lógica de começo, meio e fim, sempre lembrando que o leitor não é obrigado a conhecer o assunto sobre o qual você escreve. Ele precisa, primeiramente, detectar objetividade. Escreva colocando-se no lugar de quem lê e você será muito mais lido.

## Clareza

Se por um lado você não pode subestimar a capacidade de entendimento do leitor, imaginando-o “ignorante” em relação ao assunto abordado, por outro, quem escreve matérias e notícias não pode esperar que as pessoas saibam tudo sobre tudo. Assim, expressões e palavras complicadas ou técnicas precisam ser explicadas. Se você milita na área jurídica, deve ser ainda mais cuidadoso e generoso com seu leitor ao “trocar em miúdos” tudo o que for indiscutivelmente inacessível ao conhecimento dele.

É natural que o mecanismo do raciocínio jurídico seja estranho a quem não o conhece. De nada adiantará incluir uma linguagem rebuscada demais, permeada de palavras incompreensíveis. Nem surtirá um bom efeito mencionar leis, citar inquéritos, atos ilegais, jurisprudências, processos ou termos afins sem o devido esclarecimento. Será que todo mundo sabe o significado de uma “ação de repetição de indébito?”

E, para facilitar ainda mais a comunicação, também é relevante levar em conta os aspectos geográficos, culturais e sociais do grande público. Um veículo de circulação nacional não deixa o leitor perdido quanto ao que acontece em uma região distante ou a uma cultura diferente da sua. Quem mora no extremo norte do país, por exemplo, até deveria, mas nem sempre sabe que Niterói é uma cidade próxima ao Rio de Janeiro. O jornalista, portanto, tem a obrigação de informar que determinado fato aconteceu em Niterói, cidade situada na região metropolitana do Rio de Janeiro, distante 15 quilômetros da capital. Da mesma forma, deve explicar que o aipim, comumente chamado de macacheira no Nordeste, obteve alta de preço no mês de setembro.

O leitor não é burro, mas precisa ser devidamente informado em relação a lugares, termos, expressões, valores e códigos que possam dificultar a compreensão do que foi escrito. Ele precisa de clareza no texto. Sendo assim, escreva considerando que, se um médico desenvolvesse um artigo em um veículo popular da mesma forma que escreve em uma revista de seu segmento, você também não entenderia muito bem o que leu.

## Concisão

Lembre-se de que o espaço disponível para abrigar qualquer tipo de texto em jornais e revistas é limitado. É necessário, por esse motivo, que o escritor tenha e faça uso de uma grande capacidade de síntese, para que consiga dizer tudo o que deseja, obedecendo ao limite em relação ao número de linhas ou de caracteres (padrão de contagem em arquivos de texto). Vem daí a expressão “escrever é cortar palavras”, tão popular no meio jornalístico. Enfim, “enxugar o texto”, tornando-o mais atraente e

compreensível, não só evita que ele se torne desnecessariamente longo, como revela o talento dos melhores.

Um pequeno texto pode, com certeza, ser surpreendentemente mais eficaz que um outro bem maior. E, por favor, leve em consideração o pedido do editor do veículo quando diz que seu texto deve ter x número de laudas, linhas, caracteres, pois este é o tamanho exato, possível e cabível no espaço reservado para você.

É importante observar que o perfil do leitor médio contemporâneo brasileiro não disponibiliza tanto tempo (ou paciência) para leituras extensas. Ele pode ser bem informado com uma produção concisa, completa e atrativa. Escreva eliminando palavras, fatos, elementos superficiais ou desnecessários. Pense que muito pode ser dito em poucas palavras e que o supérfluo é realmente supérfluo.

## Verdade

Outro aspecto importante no que se refere à publicação de textos na imprensa em geral diz respeito à menção de fatos e pessoas, quando entra em ação a técnica de apuração. Ou seja, este é o momento no qual quem escreve precisa ter provas que validem suas afirmações e fontes que testemunhem as informações concedidas. Um texto mal apurado é um “fio desencapado” nas redações e quase sempre suscita reclamações, pedidos de publicação de erratas, resultando em “retrabalho”, em falta de credibilidade para o veículo e para o próprio profissional.

Da mesma forma, é preciso muito cuidado com a parte legal, jurídica. Qualquer afirmação ou menção sobre determinado indivíduo pode gerar uma série de problemas intermináveis, caso o mesmo não goste, não concorde, podendo até invocar o “direito de resposta”, o mesmo espaço ao reclamante para que faça sua defesa. Quando isso acontece, não só se perde espaço editorial, como o veículo se desgasta e ainda fica sujeito a prejuízos financeiros. Ações judiciais, liminares etc. devem ser evitadas.

O maior trunfo de um jornalista é sua segurança quanto ao que informa, suas fontes, que podem ser sigilosas por direito, sua ética e sua capacidade de transformar o que acontece no mundo em palavras compreensíveis e impactantes. Já o leitor é capaz de perceber a veracidade de um texto. Escreva com responsabilidade.

## Estilo

Jornalista que se preza encontra o seu próprio estilo, mesmo que isso não lhe confira autoria nem exclusividade. Ter um estilo próprio é quase obrigação de todo profissional competente. Qualquer pessoa que

escreve pode desenvolver sua marca na construção de frases, na forma como lida com os parágrafos. Assim como existem variados estilos literários, existem os estilos jornalísticos, nos quais cada escritor imprime seu jeito de articular pensamentos e processar informações. Uns mais dramáticos, outros bem-humorados, outros, ainda, mais enfáticos ou apenas pragmáticos. Há, acima de todos, os que adicionam extrema elegância ao que escrevem.

O leitor, dessa forma, acaba identificando-se ou gostando mais deste ou daquele profissional pelo estilo apresentado. Seja dito, porém, que estilo só se forma à medida que mais se escreve. Quanto mais você escrever e “sentir” o pulso do seu texto, mais irá aumentar o seu vocabulário, abrindo espaço para novas ideias e deixando aflorar a sua própria forma de escrever. O nome disso é arte. Portanto, escreva, impreterivelmente, com emoção e com prazer. O estilo se manifestará imediatamente.

### **Mídias digitais**

Diferentemente das mídias impressas, os canais de comunicação digitais apresentam certas facilidades: possibilidade de correção imediata dos erros, espaço ilimitado e ampla navegabilidade. Essas peculiaridades, porém, não convidam à produção de textos longos e cansativos. Internautas, acostumados a navegar com intensa velocidade pela web, preferem imprimir textos a ficar diante da tela, lendo demoradamente.

A linguagem usada nos textos para Internet é diferente da comumente utilizada pelos veículos impressos. É mais simples, muito mais concisa, antiss sofisticada, até. O indicado, na rede, é não complicar o conteúdo.

Também não é aconselhável encher o texto com excesso de links, o que, além de confundir o internauta, demonstra que você não tem muito o que dizer, mas sim o que linkar. Coloque apenas os links realmente importantes e diretamente relacionados com o texto, para que qualquer um possa entender o conteúdo ao invés de naufragar num mar de referências perdidas.

Esteticamente, separe o texto em parágrafos espaçados, pois blocos muito grandes cansam. Não use fontes nem cores incomuns, buscando ser diferente. A web, por menos que possa parecer, é muito parecida e possui um certo padrão.

Outro ponto considerável é a falta de correção na forma de escrever, apenas porque o ambiente é a web. Existem os que escrevem de qualquer maneira, sem acentos ou pontuações fundamentais, o que é inconcebível.

Pense que seu texto precisa estar o melhor possível, sempre, para chamar a atenção do leitor, seja ele internauta ou não. Quando você faz o melhor, as pessoas notam, os acessos aumentam e a divulgação do website se torna viral.

Como bom exercício, pratique a leitura de textos interessantes em livros, jornais, revistas, na web ou em qualquer espécie de mídia. Identifique os pontos aqui abordados, descubra as diferenças entre os veículos, foque em bons exemplos... Prepare-se para uma experiência contagiante e disponha-se a escrever como se estivesse defendendo uma das melhores causas do mundo: a de transmitir ideias, ideais e informações. Boa comunicação!