

António Granado¹

Este capítulo aborda a reportagem escrita, mas centra-se sobretudo nos momentos anteriores a todas as reportagens: a geração da ideia e o processo de recolha da informação, duas fases absolutamente essenciais de todo o trabalho do repórter. Sem uma boa ideia e sem uma boa recolha de informação, a reportagem não tem qualquer hipótese de vingar e, provavelmente, nunca verá a luz do dia.

No final do capítulo, falarei brevemente da escrita da reportagem propriamente dita. Num texto das dimensões deste não cabem os múltiplos ensinamentos sobre escrita jornalística que obrigariam à elaboração de um livro completo sobre o tema. Para além dos conselhos gerais que aqui dou, sugiro a leitura de reportagens escritas como o melhor método para aprender a escrever textos mais interessantes e úteis, aprendendo com aqueles que já o fazem há muito tempo.

1. A ideia

No seu livro *Cartas a um jovem jornalista*, Juan Luís Cebrián (1998) aponta as principais características de um verdadeiro repórter e elege a curiosidade como a primeira das qualidades de um bom jornalista: “Não me

1. António Granado é professor auxiliar na NOVA FCSH, onde coordena o mestrado em Jornalismo e co-coordena o mestrado em Comunicação de Ciência. Foi jornalista profissional durante mais de 26 anos, tendo-se especializado na área do jornalismo de ciência. Fez a maior parte da sua carreira no jornal Público, onde foi, para além de jornalista, editor de ciência, sub-director, chefe de redacção e editor do Público.pt. Entre Setembro de 2010 e Março de 2014, foi editor multimédia na RTP. O autor escreve segundo o antigo acordo ortográfico.

venhas com disparates de se tens ou não vocação de jornalista. É melhor que te perguntes se és curioso, impertinente, se te interessa o que te rodeia, se queres averiguar o porquê das coisas. Então não sei se terás vocação mas pelo menos tens, em princípio, algumas das aptidões necessárias”.²

A curiosidade é, de facto, a mais importante competência de um jornalista. Ser curioso significa interessar-se pelo mundo, ter vontade de o explicar aos outros, querer ir mais longe na análise de um determinado acontecimento ou fenómeno social. Estar atento ao seu redor e ser capaz de ver o mundo em forma de estórias são capacidades que todos os jornalistas devem desenvolver, de forma a mais facilmente encontrarem temas para as suas reportagens.

Uma boa estória jornalística é algo que os outros ainda não sabem, ou sabem apenas superficialmente. Algo que fez despertar a curiosidade do jornalista e a sua vontade de o contar de uma outra forma, encontrando um ângulo original, uma distância diferente, um olhar menos óbvio. Chegar um pouco mais perto da essência dessa coisa é o sentimento que move o jornalista quando procura desenvolver o tema que escolheu.

Descobrir um bom tema é, no essencial, olhar mais fundo para o que nos dá o quotidiano. Ver a realidade com olhos de ver, deixar-se impregnar pelo dia-a-dia, sem ter medo de procurar as boas estórias por trás da monotonia dos números ou das instituições cinzentas. Há estórias em todo o lado e ao jornalista cabe encontrar as mais interessantes para as contar aos seus leitores.

Esmagados pela rotina da redacção, os jornalistas não têm muitas vezes o tempo ou a vontade de perseguir uma boa ideia que lhes surge. É por isso que os jovens jornalistas, ou aqueles que ainda estão a aprender a profissão nos bancos da faculdade, têm uma oportunidade única de fazer a diferença, já que dispõem frequentemente do tempo necessário para desenvolver estórias que valham a pena ser contadas.

2. Cébrian, J. L. (1998), p.14

As ideias para as reportagens vêm de muitos lados: de experiências vividas pelos jornalistas, de leituras, de informações dadas por terceiros, de simples conversas de café. Uma boa ideia normalmente coloca uma pergunta que alguém quer ver respondida e, ao mesmo tempo, uma pergunta a que é possível responder. Excelentes perguntas podem não ter resposta, quer porque o tempo para procurar essa resposta seria imenso e fora do alcance do jornalista, quer porque os recursos para conseguir essa resposta seriam de tal forma grandes que o jornalista não teria hipótese de os obter.

Uma ideia para um tema jornalístico deve ser uma frase ou uma pergunta com um verbo activo, nunca uma palavra ou expressão solta. Por isso, quando se propõe uma ideia a um editor nunca se deve dizer uma frase do tipo “gostava de escrever sobre a doença de Parkinson”. A doença de Parkinson em si não é um tema jornalístico, é uma entrada de enciclopédia. E as entradas de enciclopédia não têm lugar nos órgãos de comunicação social como artigos independentes. Textos do tipo das entradas de enciclopédia podem ser usados como caixas para explicar, por exemplo, o que é a doença de Parkinson, mas nunca como textos principais.

Um possível tema de uma reportagem é a forma como três pessoas distintas enfrentam a doença de Parkinson e os problemas que essa doença traz aos seus familiares. Que cuidados especiais precisam, como vivem o seu quotidiano, que medicamentos tomam e porquê, como é que estes três casos se encaixam num cenário mais vasto do Serviço Nacional de Saúde português. Os leitores não querem ler entradas de enciclopédia sobre a doença de Parkinson – se quiserem têm a Wikipédia bem perto –, querem conhecer casos reais e aprender alguma coisa com os textos que os jornalistas escrevem.

As histórias que mais nos atraem são aquelas que não podem ser lidas noutro lado, ou seja, aquilo a que os jornalistas chamam exclusivos. E as reportagens são, quase sempre, exclusivos, a não ser que os jornalistas decidam escrever sobre temas já esgotados e as suas ideias não vão além do evidente. Essas reportagens desinteressantes consomem tempo de execução ao

jornalista e são, na maior parte das vezes, completamente dispensáveis. É por isso que os jornalistas devem investir em boas ideias e passar muito do seu tempo a procurar boas histórias.

Há ideias que são tão boas que resistem a todas as perguntas que os editores possam fazer sobre elas. Há alguns temas em que basta uma frase para serem aprovados prontamente por quem tem de tomar essa decisão. Esses temas são normalmente ideias depuradas pelos jornalistas antes de serem apresentadas, já brevemente investigadas, com objectivos claros e originais. É a originalidade de uma história e a sua pertinência que normalmente convencem os editores a aprová-las de imediato, porque percebem a sua importância e não têm dúvidas sobre a sua exequibilidade.

Estar atento ao mundo é provavelmente a melhor forma de encontrar uma boa história para contar. Ler muito é essencial para perceber eventuais lacunas na cobertura noticiosa, que possam ser desenvolvidas por uma reportagem. Este género jornalístico, apesar de não ser tão dependente da actualidade como a notícia, tem de ter uma forte ligação com ela. Conhecer os temas da actualidade é crucial para se poder propor reportagens que os complementem, que os aprofundem ou, porque não, que os contrariem.

Mas propor temas actuais e, ao mesmo tempo, originais não é fácil. Obriga a alguma imaginação e a desenvolver um espírito de observação bastante apurado. Há reportagens óbvias sobre muitos dos temas do quotidiano – especialmente reportagens de ambiente sobre acontecimentos de actualidade, como um jogo de futebol, uma manifestação, o trabalho do Banco Alimentar durante um dia –, mas essas não são aquelas que podem despertar o interesse dos editores ou dos leitores para quem, em última análise, o jornalista trabalha.

Quantas reportagens já vimos, ouvimos e lemos sobre estes temas? Demasiadas, certamente. E insistir num tema batido não é a melhor forma de cativar os leitores que, perante ele, poderão ser tentados a deixá-lo de lado logo após a leitura do primeiro parágrafo. É por isso que grande parte do investimento inicial deve ser feito no tema, num bom tema, que possa

trazer um olhar fresco sobre um determinado assunto e não uma espécie de refeição requentada, sem qualquer originalidade.

Quais são então as qualidades de uma boa estória jornalística? Em primeiro lugar, uma boa reportagem tem de ter informação. Parece uma verdade de La Palice, mas sem informação de qualidade não é possível escrever um texto jornalístico que interesse às pessoas. A incapacidade de recolher essa informação relevante pode ser mesmo o principal motivo para desistir de uma ideia que nos parece boa, mas para a qual não é possível obter dados que a tornem pertinente.

Neste sentido, o jornalista deve certificar-se que consegue obter informação sobre um determinado tema antes de pensar propor a estória ao seu editor. Há informação significativa que se recolhe em apenas algumas horas, há outra que pode demorar meses a conseguir. Os nossos temas devem por isso adaptar-se ao tempo de que dispomos para obter a informação necessária à escrita de um texto completo e informativo.

Outra das características de uma boa estória jornalística é a sua importância. Quanto mais importante for o tema sobre o qual escrevemos, melhor pode ser o artigo que resulta do nosso esforço. Há temas que interessam a um grupo alargado de pessoas, há outros que apenas dizem respeito a um nicho da população. Saber a quem nos dirigimos quando escrevemos ajuda-nos certamente a encontrar temas mais interessantes.

Querer escrever sobre temas importantes, seja lá isso o que for, não quer dizer que os jornalistas ignorem temas que interessam apenas a minorias. Quer apenas dizer que, quando da escolha do tema, os jornalistas devem pensar na relevância desse tema para os leitores para os quais escrevem. E devem também ser ambiciosos na abordagem que propõem, em vez de se contentar com temas mais simples e fáceis de abordar, mas com pequeno impacto na comunidade como um todo.

A terceira característica de uma boa ideia jornalística é o seu foco. Quanto mais focada for a ideia, melhor pode ser o resultado final que se obtém.

Insistir em temas dispersos sem objectivos definidos pode ser uma pura perda de tempo e o resultado será certamente um texto pouco concreto, cheio de problemas de coerência, de onde o leitor sai mais confuso do que entrou.

Por estes motivos é que o jornalista deve passar algum tempo a amadurecer a ideia antes de a propor ao seu editor, certificando-se de que ela é suficientemente sólida e focada. Toda a investigação feita *a anteriori* – incluindo a pesquisa para saber se o tema já foi tratado por outros órgãos de comunicação – é um trabalho que evita dissabores numa fase mais avançada do processo e pode poupar muitas horas de investigação.

Nesta procura de foco é essencial perceber a noção de ângulo de uma reportagem. Escolher um ângulo é colocar-se numa determinada posição e observar o mundo a partir dela. E às vezes é o ângulo que torna uma ideia simples numa boa ideia. Podemos falar sobre os transplantes de córnea em Portugal, focando-nos na falta de doadores. Mas depois temos de escolher um ângulo: Vamos falar do tema da perspectiva dos bancos de olhos? Dos médicos que fazem os transplantes? Das equipas que fazem a recolha das córneas nos cadáveres? Dos doentes à espera de transplante? Dos familiares dos mortos, cujas córneas estão agora a permitir que outras pessoas vejam? Ou vamos misturar duas destas perspectivas? E, nesse caso, quais?

Uma boa ideia tem também pessoas. Costuma dizer-se que não há jornalismo sem fontes, e essa é uma verdade que todos os aspirantes a jornalista devem ter presente quando se propõem desenvolver uma ideia. Encontrar pessoas que ajudem a contar uma estória é essencial no trabalho do repórter. Sem essas fontes, a estória pode nem sequer chegar a existir porque, pura e simplesmente, não há ninguém para a contar. É por este motivo que os jornalistas se devem preocupar em identificar e contactar o mais rapidamente possível as pessoas que vão participar na sua reportagem.

Carole Rich, no seu livro *Writing and Reporting News: A Coaching Method* (2010), propõe cinco perguntas para os jornalistas responderem antes de lançarem a estória para os seus editores: 1 – Qual é a ideia principal da

reportagem numa frase?; 2 – O que é que há de novo nesta estória?; 3 – Qual é a importância noticiosa desta ideia?; 4 – Há algo nesta estória que seja fora do comum, útil ou informativo?; 5 – Por que é que os leitores se vão interessar por esta estória?

As respostas a estas cinco questões podem ajudar o repórter a desistir de algumas ideias que não passam por este simples teste de relevância. Se nós próprios, como jornalistas, não somos capazes de responder a estas simples questões, não devemos esperar que sejam os nossos editores ou os nossos leitores a responder-lhes, até porque não é a eles que lhes cabe responder.

2. A recolha de informação

A recolha de informação é a fase essencial de qualquer reportagem. Sem uma boa recolha de informação, a reportagem não pode sequer começar a ser escrita, sob pena de faltarem aspectos essenciais para a sua elaboração. É por isso que, nesta fase, o repórter deve dar tudo o que tem para conseguir construir uma estória coerente, que possa interessar aos seus leitores e que seja suficientemente interessante.

“A primeira essência do jornalismo é saber o que se quer saber, a segunda é descobrir quem o vai dizer”, afirmava John Gunther, um famoso jornalista americano que morreu em 1970. Depois da ideia e do ângulo escolhidos, o trabalho do jornalista deve concentrar-se na procura de fontes, documentais ou não, que sustentem (ou contrariem) a estória que quer contar e a tornem assim indispensável para os seus leitores.

Esta relação com as fontes de informação é um trabalho fundamental de qualquer jornalista, que deve conseguir chegar tão longe quanto possível na procura da informação, tendo sempre em mente que é através do confronto entre posições que o jornalismo tenta chegar até à verdade. Ouvir os vários lados de uma estória é indispensável para um jornalismo rigoroso, que não é apenas uma espécie de pé-de-microfone de interesses mais ou menos claros.

Mas ouvir todos os lados de uma estória não significa dar voz a todas as posições, por mais absurdas que sejam. O jornalista busca a verdade, mas não dá o mesmo peso a todas as informações que recebe. É a ele que cabe julgar o que é mais importante e o que é menos importante, que informação deve seleccionar e publicar de toda a que recolheu ao longo da sua investigação.

Para conseguir fazer esta ponderação com o máximo de elementos disponíveis, é importante que o jornalista consulte o maior número possível de fontes com interesses atendíveis na reportagem que se propõe escrever. Eliminar à partida algumas dessas fontes com base em preconceitos é tornar a reportagem tendenciosa desde o momento da sua elaboração, o que em nada contribui para a busca da verdade e o esclarecimento dos leitores, principais alvos e juizes do trabalho jornalístico.

Quando parte para o trabalho de campo, o jornalista deve ter em mente que o seu principal objectivo é sempre servir bem os seus leitores, não os desiludir com uma estória mal investigada, com erros de palmatória e cheia de perguntas por responder. Por isso, os melhores jornalistas têm uma enorme paixão pela precisão e preocupam-se em que a sua informação esteja correcta nos mínimos detalhes. O que pensará um leitor que vê o nome de uma cidade mal escrito, uma data trocada, uma estatística errada? Provavelmente pensará que não vale a pena continuar a ler, e decorará o nome do autor do texto para não tornar a cair no mesmo logro.

Recolher informação para uma reportagem obriga a um cuidado e rigor absolutos por parte do jornalista, que tem de fazer todas as perguntas necessárias e consultar todos os documentos importantes para poder contar bem a estória que se propõe contar. Não ter medo de fazer perguntas que podem parecer estúpidas é uma qualidade de qualquer bom jornalista que, em primeiro lugar, se deve preocupar em contar com exactidão os factos de que teve conhecimento. Por esse motivo, o bom jornalista deve também deixar os preconceitos em casa e avançar para a sua reportagem com a mente mais aberta possível e não com o objectivo de apenas confirmar uma estória que lhe parece muito boa.

A persistência é outra das qualidades de um bom jornalista, que sabe também que é parte de um processo complexo de relações, e que as respostas às suas perguntas podem não aparecer tão depressa como esperava. Convicto de que tem uma boa estória para contar, o jornalista tentará por todos os meios legais à sua disposição chegar o mais próximo possível da verdade dos factos. Contactando fontes, consultando documentos, verificando bases de dados, lendo artigos já publicados por outros sobre o mesmo tema, o verdadeiro repórter é obsessivo na procura de informação relevante.

A entrevista

A maioria das informações usadas por um jornalista nas suas reportagens é conseguida através de entrevistas. Quando iniciam a sua carreira, muitos estudantes de jornalismo pensam que ninguém vai querer responder às suas perguntas e que será muito difícil obter informações dessa forma. Nada mais errado: grande parte das pessoas está disposta a falar com jornalistas e até tem interesse nisso.

A primeira regra que se deve seguir quando se aborda alguém para uma entrevista é estar disposto a ouvir o que essa pessoa tem para dizer. Perguntar alguma coisa é querer saber, é aprender. E, nesse sentido, o jornalista tem de estar disposto a ouvir e a aprender com o que as suas fontes têm para lhe contar. É preciso saber ouvir as respostas e, em caso de necessidade, revê-las com o entrevistado, para que não restem dúvidas na mente do jornalista quando for escrever a sua reportagem.

Quando se aborda uma fonte para uma entrevista é preciso saber exactamente o que se quer obter dessa entrevista. Podem ser apenas pistas, podem ser informações complementares, podem ser frases para ser citadas. Em qualquer dos casos, o jornalista deve ter-se preparado minimamente de forma a conseguir o máximo de informações possível. As fontes nem sempre estão disponíveis para falar e, quando o fazem, esperam que o tempo que passam com o jornalista possa ser útil e não uma perda de tempo para ambos.

As perguntas dos jornalistas devem ser simples e directas. Se ficaram dúvidas, é preciso perguntar outra vez. Presumir é um dos erros mais comuns que os jornalistas cometem, e é muitas vezes por causa de suposições que aparecem erros perfeitamente evitáveis nas reportagens. Por isso, o jornalista não deve ter receio de perguntar sete vezes a mesma coisa se não percebeu as seis respostas anteriores. E a razão é simples: se ele não percebeu, como é que vai conseguir explicar aos seus leitores?

Nas entrevistas é ao jornalista que cabe fazer perguntas e, por isso, é preciso ter especial cuidado com as respostas que se dão ao entrevistado. É importante que o jornalista mostre alguma abertura para ouvir o que a sua fonte tem para dizer, mas não deve mostrar-se disposto a servir de simples correia de transmissão da versão que lhe está a ser relatada. O jornalista deve ser equidistante em relação às fontes contraditórias que entrevista e não deve adoptar uma atitude tendenciosa face às informações que lhe estão a ser fornecidas.

Em todas as condições, o jornalista deve preferir a entrevista pessoal à entrevista telefónica ou por e-mail. A entrevista pessoal permite uma maior ligação com a sua fonte e permite-lhe recolher uma série de outros pormenores que podem ser essenciais para a reportagem que se propõe escrever. Nada substitui o contacto pessoal com o entrevistado e o recurso a entrevistas escritas deve ser usado apenas em última instância, quando é impossível obter informações essenciais de outra forma.

Durante a entrevista, coloca-se muitas vezes a dúvida se deve ser utilizado um gravador para registar a conversa. A experiência de muitos jornalistas é que um gravador pode ser um obstáculo a uma maior abertura do entrevistado, sem que daí venham grandes vantagens para o trabalho jornalístico. É nesse sentido que o bloco de apontamentos continua a ser o melhor amigo do jornalista, ainda que não deva ser manuseado de uma forma constrangedora, como se estivesse a ser realizado um interrogatório policial ou judicial.

No final da entrevista, algum tempo deve ser usado para rever respostas menos claras do entrevistado ou para esclarecer aspectos que ainda não

estão completamente explicados. É nessa altura que o jornalista deve referir ao entrevistado que o voltará a contactar se tal for necessário para esclarecer dúvidas ou novas questões. Esta garantia é importante para estabelecer a necessária confiança entre a fonte e o jornalista, e também para que o jornalista se possa sentir mais à vontade se, no futuro, precisar mesmo de contactar novamente a sua fonte.

As fontes difíceis

Se o jornalista tem de se preparar muito bem antes de fazer qualquer entrevista para a sua reportagem, essa preparação tem de ser reforçada no caso de fontes difíceis. Por fontes difíceis, entende-se fontes que têm particular dificuldade em lidar com jornalistas, quer seja porque tiveram más experiências anteriores, porque estão no centro de grandes controvérsias, ou porque simplesmente não estão habituadas a contactar com os órgãos de comunicação social e não querem ser incomodadas.

Para que o contacto com estas fontes possa ter sucesso, é essencial que o jornalista comece por entender os motivos da hesitação dos potenciais entrevistados. O que os leva a evitar o contacto jornalístico? Têm alguma coisa a esconder ou é apenas receio de serem mal interpretados? Há determinações da hierarquia que impedem o contacto com os órgãos de comunicação social? A determinação destes motivos é crucial para conseguir uma aproximação mais segura, de forma a garantir a informação que se pretende obter.

Na maioria das vezes, estas fontes difíceis apenas não percebem a vantagem de falar com jornalistas e estão longe de entender qual pode ser o seu contributo para uma estória que se quer bem contada. Se são estes os motivos para a indecisão, é bom que o jornalista explique claramente quais são as suas intenções e por que razão pretende incluir aquele testemunho na reportagem que está a realizar. Sem subterfúgios ou truques para enganar a fonte, o repórter deve pôr as cartas na mesa e fazer entender ao potencial entrevistado as vantagens de ter as suas posições claramente expressas no texto que vai resultar da sua investigação.

Em caso algum, o jornalista deve usar a chantagem para tentar obter informações de uma fonte. Ou, ainda pior, usar métodos ilegais para conseguir dados para a sua reportagem. O trabalho do jornalista não se pode confundir com o trabalho de um investigador policial, que muitas vezes recorre às autoridades judiciais para poder usar métodos de escuta ou de vigilância electrónica, de forma a conseguir obter provas que possam ser usadas em tribunal. Ao jornalista não cabe perseguir ninguém e, no caso de uma recusa sistemática de contacto por parte de uma fonte, deve desistir de a continuar a incomodar.

Uma forma de o jornalista contornar as fontes difíceis é procurar outras fontes que também possam ter acesso à informação que procura. É claro que esta pesquisa pode atrasar a reportagem dias, semanas ou até meses, mas se o jornalista está convencido da sua relevância é certamente uma espera que valerá a pena. No fim, o que o jornalista quer é que o seu trabalho seja o mais correcto possível, demore o tempo que demorar a elaborar.

Em última instância, e quando se trata de informação na posse de entidades oficiais, o jornalista (e qualquer cidadão, diga-se de passagem) tem sempre hipótese de invocar a Lei de Acesso aos Documentos Administrativos (LADA) para conseguir obter dados que lhe estão a ser negados ilegalmente. Qualquer repórter bem preparado deve conhecer a LADA e perceber as hipóteses de recurso à Comissão de Acesso aos Documentos Administrativos, uma entidade pública que funciona junto da Assembleia da República e tem como fim o cumprimento das disposições legais referentes ao acesso à informação administrativa.

As fontes não identificadas

Durante a realização das suas reportagens, os jornalistas são por vezes confrontados com fontes que estão dispostas a falar sobre um determinado tema, mas que não querem ser identificadas. Em primeiro lugar, é preciso ter consciência que este é um direito que assiste a qualquer pessoa e que é ao jornalista que cabe avaliar se está interessado em obter informações desta forma. Se não está, é melhor que o diga imediatamente, para que a

fonte saiba com o que pode contar. “Se essa informação que me quer dar é *off-the-record*, então eu não quero saber dela” é suficiente para que a fonte perceba quais são as intenções do jornalista.

Se, por outro lado, o jornalista aceita receber informações *off-the-record*, então também tem de estar consciente que esse compromisso não deve ser quebrado em circunstância alguma, sob pena de estar a pôr em causa a sua honorabilidade profissional. Um jornalista não deve comprometer-se a guardar o sigilo das suas fontes, um direito que lhe está constitucionalmente garantido³, e depois revelá-lo na primeira oportunidade, só porque lhe convém ou porque precisa de justificar a alguém a forma como obteve a informação que publicou.

“O anonimato e o *off-the-record* devem ser considerados exceções e só existem para proteger a integridade e liberdade das fontes, não são formas de incitamento à irresponsabilidade das fontes”, diz o *Livro de Estilo* (2005) do jornal *Público*⁴. Esta frase torna clara a grande importância que os jornalistas devem dar às declarações sob anonimato e o carácter excepcional de que se devem revestir. O anonimato serve para proteger as fontes, não para as livrar de quaisquer responsabilidades, caso a informação se venha a revelar errada.

Por esse motivo, em caso algum são aceitáveis declarações anónimas de responsáveis de comunicação de empresas ou ministérios, pagos como tal, mas que não querem ver o seu nome escrito nas páginas de um jornal, apenas porque não se querem comprometer. O anonimato deve ser dado para proteger as fontes e não para as tornar irresponsáveis perante a opinião pública que, assim, não fica a saber quem disse o quê, e atribuirá eventuais erros ou contradições ao próprio jornalista que assina a reportagem.

Uma fonte é sempre parte interessada na revelação de uma informação aos meios de comunicação social. É por esse motivo que o jornalista deve ser ainda mais céptico quando se relaciona com fontes que insistem no ano-

3. Artigo 38º, nº2, alínea b) e Lei 64/2007, que altera o Estatuto do Jornalista.

4. *Público* (2005), p.33

nimato. Para que serve o anonimato? O que pode ter a fonte a ganhar em permanecer anónima? A informação que a fonte está a dar é assim tão importante que justifique o anonimato? Ou trata-se apenas de informação que se quer pôr a circular com objectivos mais ou menos inconfessáveis? Na maioria das vezes, a informação anónima que vemos nos órgãos de comunicação não tem qualquer justificação e demonstra apenas preguiça ou irresponsabilidade do jornalista que a reproduz.

Uma boa forma de contornar o anonimato é solicitar à fonte documentos que consubstanciem as afirmações que está a fazer. Se esses documentos existem, a fonte não deve ter qualquer receio de os exhibir e sabe que pode contar com o sigilo profissional do jornalista. Mas uma coisa é mostrar provas a um jornalista, outra bem diferente é fazer conjecturas sobre determinada situação, à espera que o jornalista actue como uma espécie de cúmplice da fonte, sem ter quaisquer certezas de que a informação que está a transmitir é verdadeira. Nesse caso, o jornalista está a prestar um mau serviço aos seus leitores e a trair a sua confiança.

Por outro lado, deve também ser claro que as fontes anónimas não têm, em caso algum, direito à opinião. A informação anónima deve basear-se em factos e as fontes anónimas não podem nem devem desmentir outros órgãos de comunicação, como infelizmente acontece por vezes. Se alguém faz uma revelação em “on” é justo que seja desmentida também em “on”, para que toda a gente saiba quem é que lhe está a chamar mentirosa. Chamar mentiroso a alguém, mas não querer ser identificado é uma cobardia a que um jornalista não deve dar abrigo, porque a ele não lhe cabe tomar partido numa contenda, mas apenas relatar a verdade dos factos que apurou.

Se os jornalistas devem rejeitar em princípio o uso de fontes anónimas, isso não quer dizer que ignorem a informação que recebem de fontes que não querem ser identificadas. O problema está na publicação dessa informação, sem que ninguém se queira responsabilizar por ela e sem que o jornalista tenha a certeza de que ela é verdadeira. Por isso, quando recebem informação *off-the-record*, os jornalistas devem tentar confirmá-la de outras formas,

sem revelar em caso algum a fonte primária dessa informação. Se a conseguirem confirmar, devem então publicá-la como verdadeira, sem ter de recorrer à estafada forma “fonte próxima de”, que tanto tem ajudado na descredibilização da profissão.

As fontes documentais

Para além das fontes pessoais, essenciais a qualquer reportagem, os jornalistas recorrem também muito frequentemente a fontes documentais, que lhes permitem obter informações sobre o tema que investigam. As fontes documentais são dos mais diversos tipos: relatórios, estudos, estatísticas oficiais, artigos científicos, recortes de jornal, livros, cartas, e-mails, sítios na Internet, vídeos e áudios, toda uma panóplia de informações, muitas vezes dispersas, que o jornalista deve consultar antes de começar a escrever o seu artigo.

As fontes documentais têm algumas vantagens sobre as fontes pessoais que um repórter não deve ignorar. São, em princípio, registos mais fiáveis de uma determinada situação, menos sujeitos aos erros de memória que uma fonte pessoal pode ter, mais completos no retrato que traçam sobre um determinado problema. Muito poucas fontes nos conseguem dizer de cabeça quantas cirurgias cardiovasculares foram realizadas em Portugal no ano de 2009 ou de 2012. Ou quais foram os lucros de uma determinada empresa no ano passado.

A informação proveniente de relatórios e estudos feitos por entidades idóneas ajuda a reforçar a credibilidade de uma reportagem, e mostra ao leitor que o jornalista não embarcou facilmente no dizes-tu-digo-eu, tantas vezes usado por fontes que se contradizem, mas sem qualquer base em números ou estatísticas credíveis. Encontrar informação fiável sobre uma determinada realidade é uma das tarefas mais importantes que um jornalista pode realizar, de forma a conseguir escrever uma reportagem que verdadeiramente informe os leitores e não contribua para uma ainda maior confusão de conceitos e opiniões.

O jornalista procura factos e deve interessar-se por ir sempre mais longe na busca desses factos. A documentação que consulta durante a recolha de informações para a sua reportagem deve ser o mais completa possível, para que não possa vir a ser acusado de ter produzido um relato tendencioso e pouco informado sobre a realidade. Os leitores, como diz Dan Gilmor (2005), sabem mais do que nós, os jornalistas, e não gostam de histórias superficiais, mal elaboradas, cheias de erros factuais, preguiçosas.

Apesar de a Internet conter muita informação, não podemos apenas procurar *online* os dados de que precisamos para a nossa reportagem. Muitos documentos essenciais ao trabalho jornalístico jazem em prateleiras cheias de pó ou em gabinetes mais ou menos remotos. Esperar encontrar *online* toda a informação que se precisa para elaborar uma reportagem é o mesmo que acreditar no Pai Natal como o homem de barbas brancas que nos traz os presentes na madrugada de 25 de Dezembro.

Esta realidade é particularmente gritante no que diz respeito a trabalhos anteriores sobre o mesmo tema, realizados por órgãos de comunicação social. Apesar de muita informação estar *online*, é também verdade que muitos jornais não colocam na *Net* de forma aberta as suas edições em papel, o que quer dizer que a informação que publicaram não é pesquisável no *Google*. Os trabalhos de maior fôlego, como as reportagens ou os perfis, estão muitas vezes escondidos atrás de um *paywall*, podem ter sido escritos antes de os arquivos terem sido colocados na *Web* e só uma consulta em papel os pode trazer de novo à luz do dia.

É importante insistir na consulta do trabalho já realizado por outros órgãos de comunicação, porque a sua simples leitura nos pode ajudar em muito no trabalho que pretendemos realizar. Em último caso, pode até dissuadir-nos de tentar continuar a linha de investigação que estamos a seguir, quer porque ela já foi tentada e publicada por outros, quer porque ela nos irá levar a um beco sem saída, como aconteceu com outros camaradas nossos que já tentaram.

A pesquisa de fontes documentais pode ajudar-nos também a identificar fontes que possam falar sobre o tema que estamos a investigar. A pesquisa de artigos científicos no *Google Scholar*, ou em outra qualquer base de dados de carácter académico, é particularmente útil nesta tarefa. Aí conseguimos com facilidade detectar investigadores que se têm debruçado sobre uma determinada problemática e cujos conhecimentos e opinião podem vir a ser usados no nosso trabalho.

3. A escrita da reportagem

A reportagem tem como objectivo principal transportar o leitor até ao lugar onde a acção acontece. Como recurso estilístico, as reportagens usam o presente do indicativo exactamente para conseguir aproximar mais o leitor dos acontecimentos. Nesse sentido, é importante que o jornalista defina o tempo da acção e o mantenha sempre no presente, descrevendo no passado os factos que efectivamente aconteceram no passado, mas que é necessário referir no texto para criar contexto ou *background*.

Quando está em reportagem, o jornalista anota avidamente os pormenores das paisagens que visita, dos lugares por onde passa, das pessoas com quem fala. Anota as cores e os cheiros, os sons e os sabores. Não ignora os detalhes de uma estante cheia de livros, de um relógio de cuco na parede, de uma secretária repleta de fotografias de crianças. Aponta o nome dos aparelhos que estão em cima das bancadas do laboratório, pergunta o primeiro e o último nome de todas as pessoas com quem fala, escreve as marcas e os modelos dos quatro automóveis antigos que estão na garagem de alguém com quem falou, e sobre quem está a escrever um perfil.

“Deus está nos detalhes” é uma frase atribuída a Ludwig Mies van der Rohe, arquitecto e professor da Bauhaus, que pode ser adaptada ao bom jornalismo. A perfeição de uma reportagem está efectivamente ligada aos detalhes que o jornalista consegue detectar na sua investigação e que, fruto de um aturado trabalho de organização, passam a fazer sentido e representam informação importante, devidamente cuidada e analisada.

Muita da informação de ambiente recolhida pelo repórter durante o seu trabalho de campo vai ser ignorada no momento da escrita da reportagem. Essa é uma fatalidade de qualquer investigação jornalística que, contudo, não deve levar o jornalista a desvalorizar a compilação deste tipo de pormenores. Mais vale recolher informação a mais e depois, na altura da escrita, não a utilizar, do que recolher insuficientes detalhes e ser obrigado a voltar ao local para verificar as particularidades de um canteiro que se quer descrever, mas não se sabe exactamente que flores tem lá plantadas.

Antes de iniciar a escrita, é obrigação do repórter organizar o material que recolheu na fase de investigação. É durante esta fase que planeia aquilo que vai escrever e como o vai escrever. Quais foram as informações mais importantes que recolhi? Que sub-temas tem esta reportagem? Como posso levar o leitor do princípio ao fim sem se perder? Preciso planear algumas caixas⁵ para não tornar o texto principal tão maçudo? São necessários outros apoios como fotos ou gráficos?

Este planeamento deve também passar por uma organização do texto principal, se necessário elaborando um esquema com as várias partes do texto e com as informações e citações que serão usadas em cada uma dessas partes. Esta organização permite evitar que, no final, nos tenhamos esquecido de pormenores importantes ou ignorado alguns depoimentos essenciais para contar toda a estória.

Os jornalistas têm formas diferentes de abordar a escrita. No meu caso, dificilmente consigo começar a escrever uma reportagem sem ter um “*lead*”⁶, pois é essa primeira frase do texto, aquela que tem obrigação de dar o ambiente geral da acção e de convencer o leitor a entrar nela. Ao contrário do que acontece na notícia, o “*lead*” de uma reportagem não tem regras específicas, é o que o seu autor entender que deve ser. Uma cena, um detalhe, um episódio, um pormenor, um conflito são apenas alguns dos exemplos de possíveis “*leads*” de uma reportagem.

5. Textos secundários, mais pequenos, que explicam aspectos importantes do tema.

6. Não confundir com entrada. O “*lead*” é a primeira frase de um texto, a entrada é um texto a *bold* que está antes do “*lead*” e que funciona como uma espécie de resumo daquilo que vamos ler.

O final é também um momento crucial da reportagem. A frase que escolhemos para terminar o nosso texto tem tanta importância como aquela que escolhemos para o começar. Muitas vezes, há uma ligação estreita entre a primeira e a última frase de uma reportagem, com o objectivo de transmitir ao leitor alguma coerência e mostrar que aquilo que acabou de ler tem uma lógica de organização interna, ainda que possam estar 30 mil caracteres a separar o início do fim.

Com o início e o fim decididos na nossa cabeça, podemos mais facilmente construir uma linha narrativa que nos leve de um ponto ao outro, colocando dentro dessa linha os vários momentos da reportagem e todos os sub-temas que considerámos essenciais quando fizemos o planeamento. Podemos também distribuir dentro dessa narrativa as várias fontes com quem contactámos e que nos deram informação sobre o tema que estamos a desenvolver.

Depois de termos o texto todo escrito é só reescrever, reescrever e tornar a reescrever. A edição é absolutamente fundamental para conseguir uma boa reportagem e só quando estivermos satisfeitos com o nosso produto final é que o devemos dar a ler ao nosso editor. Ele dará ainda mais sugestões de mudança, assinalará os pontos menos claros, obrigará às vezes a um novo contacto com as fontes para esclarecer dúvidas. Só depois deste trabalho feito, deverá então a reportagem ser publicada.

Bibliografia

- Cébrian, J. L. (1998). *Cartas a um jovem jornalista*. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- Gilmor, D. (2005). *Nós, os Media*. Lisboa: Presença.
- Público (2005). *Livro de Estilo*. Lisboa: Público.
- Rich, C. (2010). *Writing and Reporting News: A Coaching Method*. Boston: Wadsworth.
- Stewart, J. B. (1998). *Follow the story - How to write successful non-fiction*. New York: Touchstone.

