

www.oxisdaquestao.com.br

O jornalismo de Joelsonir Beting

TEXTO DE CARLOS CHAPARRO

(20/11/2013)

Joelsonir Beting faleceu aos 76 anos, na madrugada de 29 de novembro de 2012. Na proximidade do primeiro aniversário de sua morte, publica-se neste blog um texto que divulga momentos e feitos do jornalismo de Joelsonir Beting. Momentos e feitos de uma carreira profissional marcada por práticas, conceitos e ousadias que delimitaram, no jornalismo brasileiro, um período de consistente avanço qualitativo.

Protagonista excepcional

Joelsonir Beting construiu o seu sucesso por etapas, com as variáveis constantes da criatividade e do trabalho bem feito, sempre em persistente busca de aperfeiçoamentos. Burilando formas de pensar e escrever, reinventava-se em práticas de um jornalismo humanista que dava sentidos sociais aos números dos conteúdos econômicos.

No texto escrito ou falado, Joelmir Beting cultuava a clareza com carinhos e exigências de autor. E como autor, navegou na escolha estilística, radical, de caldear narração e argumentação, para garantir ao jornalismo, em todos os seus meios e mediações, a tripla capacidade que os tempos novos dele exigem: o relato preciso dos fatos, o desvendamento didático dos contextos e a elucidação ética dos conflitos.

Para chegar ao ápice, enfrentou e percorreu caminhos difíceis. Sempre com persistência. E jamais rejeitando oportunidades.

É o que se revela na história que de forma resumida a seguir se conta.

JORNALISMO NO ESPAÇO PUBLICITÁRIO - Quando conheci e me tornei amigo de Joelmir Beting, em 1967, trabalhava ele para a área comercial da *Folha de S. Paulo*, mas como jornalista. Dedicava o seu talento a uma coluna sobre indústria automobilística, no espaço dos anúncios classificados. A original ideia nascera da imaginação de Gilberto Adrien, então diretor comercial do jornal.

Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, proprietários da empresa editora do jornal, tinham como ambição prioritária fazer da *Folha de S. Paulo* um título de prestígio, respeitável e com efetiva influência na vida da Nação – o que só aconteceria com o fim da ditadura, vinte anos mais tarde, graças ao “Projeto Folha”, turbinado pela campanha das “Diretas Já!”.

Quando Gilberto Adrien assumiu o cargo de diretor comercial da *Folha*, talvez em 1965, a empresa ainda sobrevivia com os lucros fáceis da velha Estação Rodoviária de São Paulo, explorada pelos mesmos Octávio Frias e Carlos Caldeira, proprietários da Empresa Folha da Manhã.

Homem de confiança de Caldeira, Gilberto Adrien conhecia os duros desafios que o aguardavam. Prioritariamente, era urgente alcançar receitas próprias, para garantir ao jornal solidez financeira, sem a qual jamais alcançaria a identidade respeitável ambicionada pelos empresários donos.

Adrien tinha um problema específico a resolver, simbolicamente muito importante: colocar a **Folha** no mercado dos anúncios classificados, no qual o *Estadão* e o já extinto *Diário Popular* reinavam absolutos.

À época, tanto quanto fonte de receita, os anúncios classificados eram um indicador de credibilidade jornalística, vigor nas tiragens e fidelidade dos leitores - atributos que a *Folha de S. Paulo* se empenhava em incorporar à sua identidade, até com algumas ousadias administrativas e editoriais.

Mas o jornal crescia mais em vigor comercial do que em prestígio editorial.

Prestígio editorial era coisa de difícil construção, até porque, àquela época, exigia confrontos de qualidade e identidade com pelo menos quatro marcas jornalísticas com lugar próprio na história da imprensa brasileira: *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil* e *Correio da Manhã*.

Em tal cenário, a conquista de um espaço demarcado, próprio, e forte, na partilha do bolo dos anúncios classificados seria um lance tático de ganhos importantes.

Para penetrar e ganhar poder de fogo nesse mercado, Gilberto Adrien teve a ousada ideia de enxertar no espaço dos classificados uma coluna de bom jornalismo sobre produtos e fatos da indústria automobilística. E aí, entra nesta história o nome de Sebastião Advíncula da Cunha, economista de elevado prestígio nos meios acadêmicos e profissionais, que Claudio Abramo havia contratado para, como editor, dar qualidade e prestígio às páginas de Economia da *Folha*.

Para concretizar a original ideia que tivera, Adrien procurou Sebastião Advíncula. Queria um nome para assumir a coluna automobilística, nos classificados. Advíncula tinha esse nome. E o indicou: Joelmir Beting, jovem sociólogo formado pela USP. E que, já casado e com a família em projetos de crescimento, precisava ganhar dinheiro.

Por coincidência, em 1962, no trabalho Nota 10 de conclusão de curso, Joelmir estudara a “Adaptação da mão de obra nordestina na indústria automobilística de São Paulo”. Mas não foi só por isso, nem principalmente por isso, que ele teve o nome indicado para fazer uma coluna jornalística nas páginas de classificados, como isca para atrair leitores e anunciantes.

LABORATÓRIO DE CLAREZA E ESTILO - Na verdade, Joelmir Beting era funcionário da empresa de planejamento e consultoria criada e dirigida por Sebastião Advíncula. Provavelmente por causa da clareza e dos requintes estilísticos do texto daquele citado trabalho de conclusão de curso, Advíncula logo contratou o recém-formado Joelmir como redator.

Missão recebida: transformar em português claro, didático e sedutor os herméticos arrazoados de projetos e relatórios redigidos por especialistas de vários ramos, escravos dos respectivos jargões profissionais.

Para que tudo isso seja compreendido, deve ser lembrado que o Brasil vivia naquela época a euforia desenvolvimentista herdade de Juscelino Kubitschek. Um desenvolvimentismo tocado por agressivas políticas de incentivos fiscais e de financiamentos a juros baixos, para projetos que reduzissem assimetrias sociais e econômicas entre regiões brasileiras. E com os incentivos fiscais, o governo estimulava investimentos privados nas regiões mais carentes (leia-se Nordeste, Amazônia e Centro-Oeste).

Por causa dessa política de incentivos fiscais e financiamentos a juros baixos, vivia-se um ambiente de grandes negócios, do qual faziam parte numerosas empresas de planejamento e consultoria, que atuavam na faixa de competência mais bem remunerada desse ambiente. Com equipes técnicas enxutas, altamente especializadas e multidisciplinares, essas empresas elaboravam os projetos técnicos que davam sustentação às candidaturas empresariais aos incentivos fiscais.

A empresa de Sebastião Advíncula fazia parte desse cenário. E foi a porta pela qual Joelmir Beting entrou no jornalismo econômico. Mais do que isso, dizia-me ele, a empresa de Sebastião Advíncula foi também o laboratório de experimentação onde desenvolveu as habilidades estilísticas que marcaram a sua trajetória de jornalista multimídia da análise econômica.

Aquela empresa foi o trampolim do qual Joelmir Beting pulou para entrar na *Folha* como colunista, ainda que no espaço impresso dos classificados. Ficou aí dois anos. E fez um trabalho tão bom que, em pouco tempo, aquele pedaço jornalístico

adornada de anúncios classificados ganhou luz própria. Tornou-se a melhor coluna jornalística do mercado automobilístico.

Pelo que me lembro, a receita dos anúncios classificados não aumentou grande coisa. Mas o surpreendente Joelmir Beting ganhou nome e público de grande jornalista. Com asas para largos voos. E voou: em 1968, de um pulo só, foi guindado ao cargo, às responsabilidades e aos poderes de Editor de Economia do jornal.

O jornalismo como interlocução inteligente

Desde que me conheço como pesquisador e professor de jornalismo, sempre utilizei a observação planejada das práticas profissionais como procedimento metodológico preferencial. Observando e captando a sabedoria exercida no trabalho por bons jornalistas (editores, editorialistas, pauteiros, repórteres, fotógrafos, colunistas, diagramadores...), enriqueci, ao longo dos anos, tanto o meu pensar acadêmico quanto o meu fazer jornalístico.

Joelmir Beting foi um dos jornalistas de qualidade diferenciada cujo trabalho pude observar. Por tempo mais alongado, e de forma mais aprofundada, estudei nele a escrita transgressora - termo aqui usado com sentido de elogio às liberdades literárias com que usava temperos narrativos no estilo argumentativo de autor consistente.

Em boa parte, vem dos exercícios de desconstrução em textos de Joelmir a convicção acadêmica que me levou a qualificar de fraude teórica o velho paradigma que divide o jornalismo em Opinião e Informação ([ver texto em PDF](#)). Na negação desse paradigma, o jornalismo de Joelmir Beting construiu sucessos em combinações estratégicas que sempre mesclavam argumentação e narração.

Era a lógica da sua criatividade. Na escrita como no pensar.

Com essa lógica, foi um criador de formas da escritura jorna-

lística. E nos ensinou que o bom texto jornalístico é aquele capaz de associar os fatos às ideias, os dados às emoções, os acontecimentos à reflexão, os sintomas ao diagnóstico, a observação à explicação, o pressuposto à verificação. Qualquer que seja a forma estilística.

Para tais artes, Joelmir Beting assumia a clareza como dever de ofício. Para ele, a clareza era ao mesmo tempo **estratégia e tática, causa e efeito, arma e objetivo**. Em favor da clareza, enxertou na natureza argumentativa da sua escrita, sem a deformar, a **ilustração da metáfora, o didatismo da comparação, a comprovação do exemplo, a síntese significativa do aforismo** - seduções das artes de narrar que atraíam para o texto a inteligência participativa do leitor.

Nas combinações e nos caldeamentos de narração e argumentação, e antecipando-se aos tempos, Joelmir garantiu ao debate público um jornalismo com a tripla competência que hoje dele se exige: **o relato preciso dos fatos; o desvendamento crítico dos contextos; e a elucidação ética dos conflitos**.

Busca da perfeição

Em algum momento dos anos 90, em pleno auge do sucesso da sua coluna diária (então publicada por quase cinquenta dos principais jornais brasileiros), tive um encontro casual com Joelmir Beting, não me lembro mais em que evento. A conversa resvalou para evocações dos tempos em que ambos trabalhávamos na *Folha de S. Paulo*. Entre os recortes do passado, lembramos os almoços quase diários partilhados num restaurante-lanchonete de bons preços e sabores populares. Era um salão alongado, de talvez 200 metros quadrados, ou nem tanto, teimosamente encravada nas traseiras do prédio da *Folha*. E cujo dono resistia bravamente às investidas compradoras dos donos do jornal.

Quando, naquele encontro casual, o sucesso nacional da coluna entrou na conversa, Joelmir admitiu que sim, que o sucesso era poderoso e compensador. **“Mas dá um trabalho danado, Chaparro!”** - e pôs ênfase na ressalva.

O “trabalho danado” logo foi explicado, em fala que cito de memória: ***“Escrever a coluna exige cada vez mais tempo. Comparando com os primeiros anos, para escrever a mesma quantidade de texto, gasto hoje o dobro das horas”***.

Por quê?

Simple: ***“É esta minha mania de buscar a perfeição”***.

Buscar a perfeição sempre foi uma obsessão do jornalista Joelmir Beting. Obsessão desdobrada e nutrida em sete eixos de criação que ele mantinha permanentemente ativos:

- 1) O acúmulo atualizado de informações e conteúdos da área socioeconômica;
- 2) O elenco seletivo de interlocutores qualificados, sujeitos do agir e do pensar nos ambientes da socioeconomia, com os quais trocava regularmente informações e ideias;
- 3) A metodologia de raiz acadêmica para definir os assuntos prioritários de cada dia e suas relevâncias jornalísticas, tendo sempre em vista demandas e expectativa dos públicos para quem escrevia ou falava;
- 4) A leitura combinada dos cenários da micro e da macroeconomia, para o entendimento complexo dos fatos e a explicação clara das complexidades;
- 5) O contínuo aperfeiçoamento da capacidade de adequar formas e conteúdos às características de linguagem dos diversos meios e públicos;
- 6) A garimpagem criativa de preciosidades semióticas, em detalhes, termos e curiosidades para usos literários no estilo jornalístico com o qual (segundo o próprio Joelmir) “desbravou o economês e vulgarizou a informação econômica”;
- 7) A relação de autor-artista com a obra do texto, no rigor linguístico e nos requintes estilísticos do acabamento.

Eis aí as sete variáveis do “fazer jornalístico” que levaram Joelmir Beting à quase perfeição, no exercício do poder de dizer o máximo no mínimo de palavras.

Escultor da palavra

Mesmo no rádio, marcado pela cultura da verbosidade, Joelmir Beting sempre primou pela síntese bem recheada. Sem desperdício de palavras – tanto na informação quanto nos ajuizamentos. E sempre com o “valor agregado” da ironia crítica, que brotava de um senso de humor finamente corrosivo.

Comprovei isso num exercício em que, na posição assumida de pesquisador ouvinte, fiz a desconstrução cronometrada do programa **Jornal Gente** (Rádio Bandeirantes-SP), do qual Joelmir participava, ao lado dos consagrados radialistas José Paulo de Andrade e Salomão Éspere. Isso, ainda no período da primeira passagem de Joelmir pela Rádio Bandeirantes (entre 1974 e 1985; depois, foi para a Rede Globo).

O método adotado foi o de fragmentar em minutos e segundos três edições sucessivas do programa. Para “medir” e avaliar as falas de cada um dos apresentadores, fiz o registro cronometrado da quantidade de informações e/ou ideias oferecidas em cada uma das intervenções. No mapa de controle havia também uma coluna onde eram atribuídos pontos à qualidade jornalística das intervenções, por critérios subjetivos que valorizavam a clareza e a relevância das informações e ideias.

O texto que mais tarde escrevi com o relato dessa experiência perdeu-se num buraco negro da Internet. Mas lembro-me bem da radiografia do programa refletida nos números.

Nas comparações do desempenho dos três apresentadores, Beting destacava-se, e com largas margens de diferença, nas três principais variáveis mensuradas e avaliadas: era o que menos falava; o que mais e melhor informava; e o que com maior clareza valorizava a relevância dos fatos, dos dados e das ideias.

Em outra ocasião, para um texto que foi capa da revista **Senhor** (título comprado pela Editora Três em meados dos anos 70), sobre a vida e a história de Joelmir Beting, montei meu posto de observação na redação da TV Bandeirantes. Acompanhei o seu jeito de se preparar para atuar como âncora comentarista do **Jornal Bandeirantes**, em parceria com o locutor Ferreira Martins, que cuidava das notícias.

Ali pude observar, e avaliar metodicamente, a paciência quase artesanal com que Joelmir Beting cuidava, por horas, das frases curtas com as quais comentaria os fatos e as falas mais importantes do dia. Com carinho e rigor, zelava por três prioridades: **a originalidade e a contundência do comentário; a precisão literária e gramatical das frases; o ritmo, a sonoridade e a harmonia da enunciação oral.**

Com o mesmo zelo criativo, cuidava da qualidade literária da frase e da sonoridade da leitura. Como teste decisivo, para a aprovação final da obra, lia cada frase em voz alta, avaliando-lhe o ritmo no tamborilar de dedos sobre o tampo da mesa. Com tais cuidados, a frase que em poucos segundos seria lida no teleprompter, poderia exigir longos minutos para os retoques.

Assim era o jornalista e comunicador Joelmir Beting, artista do texto e da interlocução social.

Das oportunidades iniciais (surgidas até do acaso) aos ápices da glória construída, o sucesso profissional de Joelmir cresceu em etapas, com as variáveis constantes da ousadia, da criatividade, do estudo rigoroso e do trabalho bem feito.

Com ele, o jornalismo brasileiro refinou a capacidade de socializar conhecimento.