

# A Entrevista Jornalística

Hugh C. Sherwood



EDITORA MOSAICO

Hugh C. Sherwood

A ENTREVISTA  
JORNALÍSTICA

Copyright © 1969, 1972 by Hugh C. Sherwood  
Título do original inglês: THE JOURNALISTIC INTERVIEW  
Editado por Harper & Row, Publishers

Copyright © 1981 da tradução em língua portuguesa  
Editora Mosaico Ltda.  
Avenida Paulista, 807 — conj. 1104 — São Paulo  
Todos os direitos reservados.

Tradução: Aristides Barbosa  
Revisão: Flávio M. Martins

Planejamento gráfico: Schwab & Noro

Composto em Garamond 10 na Linoart Ltda.  
Impresso pela Gráfica Editora Hamburg Ltda.

#### 4. COMO PREPARAR UMA ENTREVISTA

Se fosse possível escrever um só capítulo sobre o assunto entrevista, seria este. A razão é simples. Nada é mais importante para o resultado feliz de uma entrevista do que prepará-la com antecedência.

Claro, nem sempre isso é possível. Imagine um incêndio em um hotel. O repórter terá de trabalhar rápido e com segurança, baseado na sua esperteza, de maneira a formular perguntas adequadas e obter as informações de que precisa.

Mesmo o repórter especializado em determinada área — digamos, economia ou política — pode não ter tempo de verificar a fundo certos acontecimentos e formular as perguntas convenientes. Ele terá de extraí-las dos conhecimentos que já possui.

Mas o repórter de jornal que faz uma *feature story* (à qual aludimos no cap. 3), o redator de revista que escreve um longo artigo, o repórter de TV que prepara um documentário, o assessor (jornalista) que escreve um discurso para um político, têm tempo suficiente para elaborar o texto.

O repórter sempre é julgado pelos seus superiores — de modo justo ou não — e por todos aqueles que o lêem ou ouvem, sobre a maneira como ele elaborou o seu trabalho. Deve-se ter em mente que formular questões na entrevista é em si mesmo uma arte. Como disse Voltaire: “Julgue um homem antes pelas suas perguntas do que pelas suas respostas”.

Como você pode se preparar para fazer as perguntas? Decidindo primeiro que informação deseja obter. E quanto mais claro e conciso você for, mais facilmente alcançará os seus objetivos.

Imaginemos, por exemplo, que você é designado para entrevistar um ex-presidente dos Estados Unidos, fora da presidência há uns dez anos. Várias possibilidades se apresentam. Você pode-

ria planejar uma reportagem de interesse humano, concentrando-se no que constituía e constitui sua ocupação predileta, como ele vem empregando esses anos de ausência da vida pública. Ou o que ele acha da atividade desenvolvida pelos seus sucessores. Como ele vê o panorama do país e do mundo em geral? Baseado nessa visão, ele poderia externar algumas predições?

É claro que, escolhido o tema da entrevista, você precisa saber alguma coisa a respeito da pessoa que vai entrevistar. Quanto mais souber, melhor, mesmo porque tal conhecimento vai influir na maneira de começar a entrevista.

Um repórter de teatro do *New York Times* observou que a entrevista convencional de perguntas e respostas nem sempre funciona, principalmente com alguns jovens atores e atrizes de hoje. Eles chegam a detestar a estrutura formal desse tipo de entrevista. Alguns repórteres, ao abordar um artista desses, ficam sem saber o que fazer; o recurso é um bate-papo, para colher observações interessantes.

Muitas vezes é fácil saber antecipadamente alguma coisa sobre a pessoa que se vai entrevistar. Essa pessoa escreveu ou já fez declarações a respeito do próprio assunto da entrevista? Em caso positivo, leia, examine esse material; você poderá fazer novos enfoques e preparar a adequação das perguntas.

Um jornalista aposentado diz que, de tanto estudar artigos e discursos de pessoas que ele planejava entrevistar, ficou conhecendo perfeitamente suas expressões favoritas. Assim, durante as entrevistas, ficava atento para constatar se os entrevistados realmente empregavam essas expressões ao responderem às perguntas. Se isso acontecia, ele destacava essas terminologias características na matéria que escrevia. Mais de uma vez, ele diz, foi elogiado pelos entrevistados por ter ressaltado com tanta fidelidade as suas palavras, de tal modo que eles se reconheciam na publicação.

Verifique se a pessoa que você vai entrevistar está nas páginas do *Who's Who* ou de outra publicação que sirva de fonte de informação. Os dados contidos nessas fontes podem evitar perguntas dispensáveis na entrevista e sugerir aspectos fecundos, perguntas proveitosas. Se o repórter souber de alguma idiossincrasia interessante da pessoa, isto será de grande ajuda. Essa particularidade pode ajudar a quebrar o gelo diante de celebridades.

Alex Haley, que tem feito importantes entrevistas para a



*Playboy*, relata que certa vez foi incumbido de entrevistar Adlai Stevenson, candidato democrata à presidência em 1952 e 1956. Descobriu, antes, que Stevenson tinha paixão por comer tomates. “Eu estava preparado para falar como se fosse um horticultor, quando fui para a entrevista”, disse Haley, “porque, acima dos problemas políticos, é uma coisa assim que nos facilita o contato, quando buscamos a sinceridade de uma pessoa.”

Outra característica de Haley é que, quando prepara uma entrevista, não hesita em oferecer uma garrafa de bom vinho ou flores ou um perfume à secretária do entrevistado, principalmente se ela já trabalha com ele há muito tempo. Não pretende que a secretária revele segredos, mas é que ela conhece os hábitos do “chefe” e pode mencionar algum detalhe que facilite a aproximação e dê ao homem o prazer de conversar com o repórter.

É necessário, também, conhecer alguma coisa do meio ambiente em que a pessoa vive ou trabalha. A Columbia Broadcasting System demonstrou, nas eleições primárias da campanha presidencial em 1968, como isso é importante. Seus repórteres foram cobrir as áreas geográficas, observá-las, ouvir os habitantes, bem como entrevistar os candidatos. Um executivo da CBS explica: “Numa campanha há sempre dois aspectos, o do candidato e o da região em que ele desenvolve sua campanha. Esperamos que cada um dos nossos homens saiba conhecer a história da área, suas fontes de poder, seu potencial econômico, e avaliar com exatidão o valor de um candidato. Um repórter que apenas segue o candidato não pode examinar tudo isso”.

Se a pessoa entrevistada é um empresário, é possível que trabalhe em alguma sociedade anônima que publica um balanço anual. Procure obter os dois últimos balanços. Não será necessário conhecê-los em todos os detalhes. Tome conhecimento de quais os produtos da organização ou que espécie de serviço presta, qual o mais recente registro de lucro e quais são os planos da empresa. Na verdade, o próprio balanço anual poderá lhe sugerir algumas questões, bem como outras publicações internas e externas.

Se você pretende entrevistar um ator ou atriz, eles terão aparecido em vários filmes, shows de televisão ou peças teatrais, ou seja, jornais e revistas terão comentado suas apresentações ou já os entrevistaram. Assim, muita informação estará ao seu alcance antes de sua entrevista.

Se você vai entrevistar uma grande figura do mundo esportivo, faça uma pesquisa completa a respeito de suas atuações. Sem dúvida, as aptidões esportivas terão se manifestado bem cedo na vida dele. Procure colher dados interessantes de sua infância e juventude.

Às vezes é fácil conseguir esses dados antes da entrevista, às vezes não o é. Pode ser importante coletar muitos dados, ou não. É possível que você perca tempo na coleta do material — use o bom senso, porque o material recolhido talvez não seja pertinente ao assunto que você busca.

A pesquisa prévia depende de quanto tempo você dispõe, da importância de quem você vai entrevistar, do assunto específico que vai tratar, do valor que você atribui à sua matéria, além de outros fatores.

Walter Cronkite, o famoso repórter da Columbia Broadcasting System, dedicou cinco dias de estudos antes de televisar a subida da Apollo 14. Teve o cuidado de datilografar um maço de folhas de dados fundamentais, antes de ir para Cabo Kennedy assistir à contagem regressiva. Cronkite soube se preparar para um dos mais importantes documentários da televisão. Que você me desculpe o óbvio: é indispensável a um bom jornalista preparar-se seriamente para uma importante missão.

Naturalmente, nem sempre se tem tanto tempo como teve Cronkite. Empregue o tempo que puder numa pesquisa prévia, mas trabalhe o mais rapidamente possível. Colete bastantes informações, mas descarte logo tudo que não for relevante e dedique sua atenção ao principal. Ao fazer isso, anote as perguntas que lhe ocorrerem. Isso lhe poupará o trabalho de recorrer novamente ao material coletado. Em seguida, organize as perguntas numa ordem lógica. Alguns jornalistas gostam de ir para uma entrevista levando apenas algumas perguntas-chave anotadas, ou com o questionário na cabeça. Se esse método funciona para eles . . . tudo bem.

Prefiro uma abordagem mais abrangente. Escrevo a máquina todas as perguntas, numa seqüência lógica. Este método me traz várias vantagens. Primeiro, me dá a segurança de não esquecer nenhum dos pontos que pretendo abordar; segundo, torna mais fácil controlar a entrevista. Pois acontece muitas vezes: o entrevistado responde em ordem até a sexta pergunta, mas, em vez da

sétima, prefere responder à vigésima sétima (porque leu antes o questionário).

Então surge o problema: o repórter deve partir para a vigésima oitava ou voltar para a sétima? Não é fácil a resposta. Mas, com todas as perguntas escritas é possível retroceder e avançar durante a entrevista, de acordo com a vontade do entrevistado. Em resumo, muitas entrevistas se desestruturam, e o questionário escrito permite ao repórter estruturá-la de novo, quando necessário.

Há uma terceira razão para datilografar as perguntas: fica evidente para o entrevistado que você refletiu cuidadosamente nas questões que está formulando. Se isso não é uma honesta forma de lisonja, é algo bem próximo dela. É também uma sugestão sutil ao entrevistado: preparada a entrevista com reflexão, cabe a ele retribuir com respostas bem pensadas.

Outra razão por que se deve preparar com antecedência a entrevista: se você não souber solidamente, com exatidão, o que pretende perguntar, ou não se lembrar, você se desviará do assunto, o que lhe será realmente bastante embaraçoso.

Sem dúvida, todos conhecem Spencer Tracy, o famoso ator que ganhou dois Oscar e a admiração de milhares de fãs. Como ator, ele retratava homens fortes e bondosos. Era difícil não admirá-lo. Contudo, na vida particular, era um tanto grosseiro. De fato, guardava sua privacidade como um bulldog e era avesso a entrevistas. Nas poucas vezes em que as concedia, era muito difícil no trato. Um repórter se viu atrapalhado quando cometeu o erro de perguntar a Tracy que qualidades tornavam a mulher mais atraente. "Jovem cavalheiro", replicou prontamente o ator, que achou a pergunta tola, "dou-lhe trinta segundos para pensar em outra pergunta." O repórter não tinha outra preparada, nem conseguiu encontrar uma, de improviso. Diante disso, o encontro terminou abruptamente.

Se você pretende publicar uma entrevista na forma de perguntas e respostas, acho muito melhor escrever as perguntas com antecedência. Após a entrevista, decidirá se deve ou não redigi-la como havia planejado. Mas, se você não fizer a entrevista de um modo previamente estruturado, lhe será difícil depois publicá-la fielmente na forma de perguntas e respostas.

Na preparação de uma entrevista, é preciso ser cauteloso na maneira de formular as questões. Os pesquisadores de opinião

pública sabem há muito tempo que o modo como as perguntas são feitas pode afetar inteiramente as respostas. Eles se preocupam em evitar qualquer indício de parcialidade: que as pessoas não pensem que o pesquisador tem preferência por determinada resposta. Esse extremo cuidado é indispensável, porque algumas pessoas são facilmente influenciáveis.

Não faça perguntas capciosas, insinuates. Quanto menos inteligente e pouco instruído for o indivíduo a quem você se dirigir, maior tendência terá de dizer o que você espera ouvir — pode não ser a expressão da verdade nem o ponto de vista dele. Mas a pessoa inteligente e educada notará a pergunta capciosa e ficará ressentida.

Outra observação: cuidado com certos advérbios. Palavras como “sempre”, “nunca”, “às vezes”, “geralmente”, “muito”, “verdadeiramente” e outras podem afetar bastante o sentido de uma pergunta e, por conseguinte, a resposta que você receber. Você terá de empregar essas palavras algumas vezes. Em determinadas circunstâncias, é conveniente usá-las, mas certificando-se de que o entrevistado compreende que podem afetar o sentido da pergunta.

Segue-se, naturalmente, outro requisito na preparação de uma entrevista: que as perguntas sejam bastante claras. Tenha em mente que quase todos nós temos uma linguagem oral um tanto diferente da linguagem escrita. Na fala, costumamos ser informais, simplificamos o que dizemos e contamos com os gestos, que ajudam as nossas expressões. Assim, se você escreveu uma lista de perguntas, terá a tendência de fazer essas perguntas de modo diferente no momento da entrevista.

Entretanto, há uma boa solução para esse problema. Ao escrever o questionário, faça de conta que já o está submetendo pessoalmente ao entrevistado. Com um pouco de prática você pegará o jeito de simplificar as perguntas. Uma maneira de garantir que as perguntas sejam claras é torná-las o mais específicas possível. Naturalmente, às vezes isto não é recomendável. Digamos, por exemplo, que você entrevistou um homem verdadeiramente brilhante; neste caso é melhor fazer perguntas amplas, genéricas, deixando que ele carregue a bola.

No entanto, como regra geral, perguntas específicas geram respostas específicas. Perguntas genéricas geram respostas generalizadas, quase sempre inúteis.



Outra maneira de assegurar a clareza é não fazer várias perguntas ao mesmo tempo. E uma questão de amplas implicações deve ser dividida em duas ou três perguntas. Caso contrário, se estabelece a confusão, e você receberá respostas confusas, sem valor. Um conjunto de informações não pode ser obtido com uma única pergunta.

Famoso pesquisador de opinião pública recentemente colocou esta questão a cerca de três mil norte-americanos: "Foi proposto ao Congresso um amplo programa de seguro de saúde, com as contribuições do governo federal, dos empregadores e dos empregados. Os que se opõem dizem que isso vai exigir demais do governo federal no atendimento da medicina social. Os que apóiam dizem que tal seguro é necessário, para o povo obter a devida e completa cobertura. Você é a favor ou contra esse amplo programa de seguro de saúde?"

O pesquisador conseguiu as respostas. A reportagem resultante produziu pelo menos uma boa manchete. Mas ela estava muito longe de um bom jornalismo. Quem estudou os vários projetos de seguro de saúde apresentados no Congresso nos últimos anos sabe que eles não podem ser rigorosamente resumidos; não se pode dizer, apenas, que pretendem a integração do governo federal, dos empregadores e empregados num sistema. As propostas apresentadas são as mais diversas; os argumentos pró e contra o seguro de saúde nacional são muito complexos. Por isto, a pergunta do pesquisador foi imprópria. Teria sido muito melhor se ele tivesse dividido a pesquisa em várias partes e elucidasse a natureza de cada proposta.

Perguntas concretas e específicas, colocadas uma por vez, geralmente produzem boas entrevistas, mas tenha em mente que este método pode se tornar exagerado e cansativo. Pode resultar numa espécie de entrevista *staccato*, isto é, o entrevistado dá respostas precisas mas curtas demais. Portanto, prepare algumas perguntas que permitam respostas mais amplas, com maior liberdade para quebrar a monotonia de uma fieira de perguntas específicas e fazer com que o entrevistado fale à vontade, sem inibição. Tais perguntas geralmente começam assim: O que você pensa a respeito de...? Ou: Que espécie de fatores você acha que...? Ou: O que você quer dizer por...?

Uma firma de consultoria administrativa de renome interna-

cional diz que esses tipos de perguntas contribuem para colocar o entrevistado numa atitude de reflexão.

Prepare-se, também, para fazer perguntas que passem do cérebro para o coração do entrevistado. Isto pode ser particularmente importante com, digamos, animadores da TV ou outras pessoas para quem se volta o interesse do público, especialmente se essas pessoas ainda estão galgando os degraus do sucesso.

Por exemplo, pergunte a essas pessoas quais são as suas motivações, os seus impulsos, os seus ideais. Que objetivos esperam alcançar? Contra que tipo de tensões íntimas têm de lutar? Que forças externas têm de enfrentar? Com essas perguntas, é muito provável que você não receba respostas superficiais, mas o retrato real da pessoa que estiver entrevistando.

Prepare-se, sempre, para colocar questões fundamentais. Como foi indicado antes, é indispensável estudar o assunto em pauta e procurar conhecer dados da pessoa que se vai entrevistar. A menos que você seja um especialista, é impossível conhecer todos os aspectos do assunto. Mas evite perguntas elementares demais: o entrevistado pensará que você não se preparou devidamente. Será admissível pedir algum esclarecimento a respeito de pontos de vista ou do trabalho dele. Muitas pessoas que concordam em dar entrevistas se dispõem até a uma exposição didática.

Há outra razão para fazer perguntas básicas: o repórter pode obter novo discernimento a respeito de antiga questão. Certa vez perguntei a vários presidentes de companhias sobre a natureza da liderança. Ora, todo mundo sabe o que é liderança. Mas você já tentou defini-la em poucas palavras, bem claras e exatas? Não é tão fácil.

Um daqueles executivos abordou a questão de forma muito interessante — dizendo-me o que não é liderança: “Liderar não é simplesmente dirigir. Não é meramente a habilidade de fazer as coisas. Muitos homens podem fazer determinadas coisas, mas muitas vezes acham que elas têm de ser feitas ao modo deles e não ao modo de outra pessoa. Enfim, eles podem ser capazes de realizar um trabalho, mas talvez não tenham a capacidade de conseguir que outras pessoas o façam”.

Tomemos outro exemplo da importância de fazer perguntas básicas — em alguns casos pode até parecer que se pergunta o óbvio. Conforme me contaram, um secretário de Estado recém-

empossado concedia sua primeira entrevista coletiva e alguém lhe pediu que comentasse os propósitos básicos da Organização do Tratado do Atlântico Norte. Ele respondeu rapidamente, um tanto irritado, que os propósitos da OTAN eram bem conhecidos e que o novo governo não planejava nenhuma alteração.

Terminada a entrevista, indignado com a suposta ignorância do repórter, o secretário de Estado perguntou a um dos seus auxiliares quem era o sujeito. O auxiliar declinou o nome de um dos mais famosos jornalistas do país. Para rematar, no dia seguinte o jornal desse repórter trazia a notícia na primeira página: a nova Administração não pretendia alterar a estratégia político-militar na Europa ocidental.

Se você quiser outra amostra de que o verdadeiro jornalista não receia demonstrar ignorância real ou suposta, considere esta fascinante vinheta do saudoso Henry Luce, fundador do *Time*, *Life*, *Fortune* e *Sports Illustrated*. Quem conta é Gerald Holland, antigo editor da *Sports*. Houve uma série de almoços, propriamente reuniões, para tratar do lançamento dessa revista. Na época, Luce tinha 55 anos, boa saúde, estava na culminância do seu poder e fama.

“Os almoços da *Sports Illustrated*”, comenta Holland, “tratavam a fundo de um assunto do qual Luce estava completamente desinformado: parece que ele apenas corria os olhos pelas reportagens esportivas da *Time* e *Life*. Ao descobrir que havia coisas novas para conhecer, Luce passou a sentir prazer em participar dos almoços. Parecia-lhe não ter fim o que havia ali para aprender. E, com o instinto de todo bom repórter, ele nunca fingia saber tudo. Pelo contrário, com afinco, procurava entender o que lhe parecia obscuro, interrogando sempre, até que as coisas se tornassem perfeitamente claras. E foi essa infatigável curiosidade, às vezes um tanto cômica, que o marcou como o último dos grandes jornalistas fundadores, a qualidade que o tornou, nos seus últimos dias, mais interessado e inquietador do que a maioria de seus redatores.”

Lembre-se sempre disto: um verdadeiro repórter não teme parecer ignorante para fazer uma reportagem de real valor.

Outro pequeno conselho: não tenha medo de fazer perguntas duras, que talvez desagradem, mas nunca faça perguntas desrespeitosas. Perguntas duras ou incisivas são as que obrigam o entrevistado a pensar, refletir e, se necessário, esclarecer algum pronun-

ciamento contraditório que ele tenha feito a respeito do mesmo assunto. A uma pergunta desse tipo é possível que você não obtenha sempre a resposta que busca. Mas se a fizer a seis pessoas, depois de cinco lhe darem respostas superficiais, eu acho que a sexta lhe dará toda a significação que você deseja.

Mas nunca faça perguntas inoportunas ou capciosas, despidas de propósitos sérios, que visam a embaraçar o entrevistado, sem nenhum motivo plausível. Isso atenta contra a reputação do jornalismo.

Há algum tempo uma apresentadora de televisão entrevistou um poeta cego e surdo. Ele tinha de colocar sempre os dedos nos lábios da mulher para entender as perguntas. Uma revista semanal comentou que tudo foi bem até que a entrevistadora cometeu o erro de perguntar ao poeta se ele sentia falta de sair com mulheres. Então — comentou a revista —, tudo se tornou terrivelmente embaraçoso.

Quem faz perguntas desrespeitosas cedo ou tarde tem o castigo que merece. Como os filhos de muitos homens famosos, os do sr. Winston Churchill tiveram seus problemas, seus altos e baixos. Randolph Spencer Churchill, o único filho homem de Churchill, certa vez comentou: “Vivendo à sombra de um frondoso carvalho, o broto, tão junto da árvore mãe, talvez não receba luz solar suficiente”. Entretanto, Randolph Churchill aparentemente herdou os lampejos de inteligência do pai, capazes de derrubar um adversário imprudente. Certa vez, numa visita dele aos Estados Unidos, um repórter de TV perguntou-lhe de sua irmã Sarah, que fora presa e multada por se encontrar embriagada em público.

Prontamente o jovem Churchill respondeu: — Eu nunca pensaria em perguntar pelas suas irmãs. Avisaram-me para não confiar em vocês, pois estão sempre prontos para atirar sujeira, mesquinhas e grosserias ao rosto de uma pessoa. Isso não me surpreende...

— Quem lhe disse para não confiar em nós? — perguntou o entrevistador da TV.

— Eu nunca revelo minhas fontes de informação — retrucou o jovem Churchill. — Sou um jornalista, e a mim não me interessa o que sua irmã tem feito ou quem era o seu pai. Não sei mesmo se você sabe quem foi seu pai.

Se é importante selecionar perguntas com cuidado, é também



importante apresentá-las de maneira organizada. Ao fazer as primeiras perguntas, tenha duas coisas em mente: não comece de modo hesitante e vagaroso, a ponto de o entrevistado sentir-se logo enfiado. Mas, também, sem precipitação, num andamento razoável, de maneira a não intimidá-lo nem embaracá-lo. Desse modo, as primeiras três ou quatro perguntas devem ser bem fáceis de responder. Na quarta ou quinta, você começará a focalizar diretamente o assunto.

Naturalmente, há exceções a toda regra. Jack Anderson, o conhecidíssimo colunista de Washington, ao checar informações com uma pessoa envolvida numa questão judicial, geralmente inicia com uma pergunta cuja resposta ele já sabe. Então, se a pessoa começar dando uma resposta que não esteja de acordo com os fatos, Anderson diz algo assim: "Agora espere um pouco... uma testemunha afirmou..." ou "Eu tenho um documento que diz..." Ele acha que esse tipo de abordagem geralmente desconcerta o entrevistado, revela os seus pontos vulneráveis, levando-o a respostas mais concretas. Mas uma abordagem como esta só é útil em circunstâncias especiais. Não é adequada a entrevistados comuns, que podem estar dispostos a conceder uma boa entrevista, considerando o repórter digno de confiança, com quem poderão falar irrestritamente.

Quanto ao restante de seu questionário, deve ser apresentado de maneira simples e ordenada. Não esqueça que a entrevista deve ser desenvolvida numa seqüência lógica. É possível que o entrevistado fuja um pouco dessa linha. Se isso acontecer, você facilmente retomará o fio do assunto, porque preparou perguntas concatenadas.

Ao organizar o questionário, você não só economiza o seu tempo, como o da pessoa entrevistada. E, como em muitas coisas na vida, empregar bem o tempo da entrevista é de suma importância.

Enfatizei a necessidade de preparar a entrevista com antecedência, mas pode acontecer que todos os preparativos resultem em vão, num malogro total. Isso pode ser até pior do que fazer uma súbita entrevista, de improviso, porque a entrevista preparada nos mantém com a atenção fixa em propósitos bem determinados.

Há pouco tempo me vi diante de um malogro assim, pela primeira vez em minha vida. Fui designado para entrevistar o

diretor de importante departamento do governo federal, um homem que, por seus títulos, seria imediatamente reconhecido em todo o país.

Entrevista marcada para as nove e meia da manhã — duraria uma hora. Quando cheguei, o subchefe do setor de relações públicas me disse sumariamente que a agenda do diretor, por imprevistos, estava sobrecarregada — isso ocorre com freqüência com altos funcionários em Washington —, e o tempo da entrevista teria de ser reduzido para meia hora. Logo apareceu o chefe de relações públicas: se eu tinha uma lista de perguntas, ele gostaria de vê-la. Esse pedido era estranho; relutantemente, passei-lhe a lista, que se compunha de 32 questões. Ele correu rapidamente os olhos, marcando com “X” ou “O” quase todas as perguntas.

Um “X”, explicou ele, significava que o diretor não iria discutir a questão, ou porque implicava assunto de política ainda não resolvido ou porque não podia fazê-lo sem permissão de autoridade superior. Um “O” significava que o diretor não poderia responder por não saber a resposta, pois estava na diretoria “apenas há quinze meses”. Quinze meses!

Quando o homem terminou de explicar, ficaram sem marcação somente cinco das 32 perguntas do meu questionário. Eu nunca tinha sido tratado dessa maneira, em repartição do governo ou em qualquer empresa, mas o relações-públicas parecia inteiramente tranqüilo. “Bem, vamos subir”, disse ele displicentemente.

Enquanto subíamos pelo elevador, tentei manter uma conversa e também imaginar o que eu deveria fazer. Não tive muito tempo para pensar, fui imediatamente levado ao gabinete do diretor. Não era um homem idoso, mas vi que se tratava de um cavalheiro à moda antiga. Depois de uns instantes de conversação, eu disse tão calma e cortesmente quanto pude: “Seu funcionário de relações públicas disse-me que o senhor só poderá responder a umas poucas perguntas. Parece que ele não sabe que o senhor é uma pessoa muito bem informada”.

Nisso, não sei bem o que o funcionário murmurou. Mesmo que soubesse, eu não escreveria aqui. O diretor apenas olhou o subordinado pelo canto dos olhos e esboçou um sorriso. Começou falando a respeito dos novos planos de seu departamento. Embora tais planos não tivessem nenhuma relação com o meu questionário,

percebi logo que ele estava me fornecendo matéria para um ótimo furo de reportagem.

Não preciso dizer que acabei alterando meus objetivos, a fim de aproveitar aquele fruto inesperado. Meia hora depois retirei-me, e fui tratar de descobrir precisamente o que estava envolvido naquelas revelações. (Fiz ao diretor poucas perguntas das que eu havia preparado; deixei de perguntar uma que precisava ser respondida; felizmente obtive a resposta pouco depois, em conversa com três funcionários, chamados às pressas pelo desapontado chefe de relações públicas.) A matéria resultante foi a principal, na imediata edição da revista em que eu trabalhava.

Se alcancei sucesso naquela situação de aparente fracasso, não foi por causa de uma repentina inspiração; acho que foi porque desafiei um funcionário importante da maneira mais polida que pude e me lembrei de usar as perguntas básicas *o quê, por quê, quando, como, onde e quem*, que devem ser postas sempre, em algum momento de qualquer entrevista.

Vamos ver agora a conveniência ou não de recorrer a uma entrevista. Veremos também que a escolha do entrevistado deve ser feita com cuidado. Um comentário a respeito é necessário.

Em geral, a entrevista é mais proveitosa quando visa a obter opiniões em assuntos de importância. É muito menos útil quando se pretende colher simples informações. Por dois motivos: primeiro, um registro escrito é fonte de informação concreta mais digna de confiança do que uma informação verbal. As pessoas, geralmente, esquecem nomes, títulos, números, porcentagens e todos os demais dados que contribuem para um artigo, reportagem ou documentário feitos com boa pesquisa e precisão. Mesmo que se lembrem desses dados, podem mencioná-los com erros. Isso levará o repórter a errar também ou a perder um tempo imenso em checagem. Segundo, o entrevistado logo ficará enfadado se a maior parte do questionário do repórter consistir apenas em busca de dados fatuais e não do que ele pensa a respeito dos fatos. Por conseguinte, nunca se deve recorrer a uma entrevista quando certos dados podem ser obtidos mais rapidamente, com mais facilidade e confiança, na consulta a outras fontes (bibliotecas, arquivos, publicações, etc.).

Quanto a escolher os entrevistados com cuidado, a razão da escolha de determinada pessoa para uma entrevista pode ser, por

exemplo, alguma evidência de que ela pode comentar, com pleno conhecimento, o assunto que você quer focalizar. Mas selecionar entrevistados significa, ainda, saber quando entrevistar apenas uma pessoa e quando entrevistar diversas. Às vezes, uma questão só pode ser completamente esclarecida depois de serem ouvidos dois ou mais entrevistados.

Será sempre melhor decidir antecipadamente o número de entrevistas que você pretende fazer. Para isso, considere: qual a importância da pessoa a ser entrevistada? Suas opiniões poderão constituir a base de uma sólida reportagem? Qual a extensão do tema sobre o qual você pretende escrever? Será tão amplo, tão sujeito a diferentes abordagens e opiniões que ninguém pode ter a pretensão de dar uma palavra final? A resposta a esta última interrogação algumas vezes será óbvia. Em outros casos, exigirá intuição e experiência jornalística.