

ARTIGO

GUIA DA AGENDA JORNALÍSTICA (GAJ) NA PERSPECTIVA DE UMA PROPOSTA DE PESQUISA APLICADA EM JORNALISMO (PAJ)

Copyright © 2016
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

JOSENILDO LUIZ GUERRA
Universidade Federal do Segipe, Brazil

RESUMO - A artigo propõe o Guia da Agenda Jornalística (GAJ), um instrumento técnico para gestão de conteúdos jornalísticos. Desenvolvido a partir de uma metodologia de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ), o Guia se estrutura na articulação dos conceitos de Agendamento, Relevância Jornalística (RJ), produtividade organizacional e Resolução Semântica (RS). O fundamento que está na base do Guia é a relação entre a relevância do tema e a proporção do espaço que deve ter no noticiário, condicionada à capacidade de produção de uma determinada organização. A incorporação do Guia como um instrumento de gestão editorial pode representar uma adesão a práticas de *accountabiliby* que impactam tanto na conduta ética da organização e de seus profissionais quanto na sustentabilidade das empresas, haja vista tornar-se um importante aliado dos esforços de consolidação da credibilidade jornalística.

Palavras-chave: Jornalismo, Pesquisa Aplicada, Agendamento, Relevância, Resolução Semântica

GUÍA DE LA AGENDA PERIODÍSTICA (GAP) EN LA PERSPECTIVA DE UNA PROUESTA DE INVESTIGACIÓN APLICADA EN PERIODISMO (IAP)

RESUMEN - El artículo propone la Guía de la Agenda Periodística (gap), un instrumento técnico para gestión de contenidos periodístico. Desarrollado desde una metodología de Investigación Aplicada en Periodismo (IAP), la guía se estructura en la articulación de los conceptos de Agenda, Relevancia Periodística (RP), productividad organizacional y Resolución Semántica (RS). El fundamento que está en la base de la Guía es la relación entre la relevancia del tema y la proporción del espacio que debe tener en el periódico, condicionada a la capacidad de producción de una determinada organización. La incorporación de la Guía como un instrumento de gestión editorial puede representar una adhesión a prácticas de *accountabiliby* que impactan tanto en la conducta ética de la organización y de sus profesionales como en la sostenibilidad de las empresas, considerando hacerse un importante aliado de los esfuerzos de consolidación de la credibilidad periodística.

Palabras clave: Periodismo, Investigación Aplicada, Agenda, Relevancia, Resolución Semántica

THE JOURNALISM AGENDA GUIDE (JAG) PROPOSAL FOR APPLIED RESEARCH IN JOURNALISM (ARJ)

ABSTRACT – This article proposes the Journalism Agenda Guide (JAG), a technical tool for managing journalistic content. Developed from an Applied Research in Journalism (ARJ) methodology, the Guide is based on articulating concepts of Agenda Setting, Journalistic Relevance (JR), organizational productivity and Semantic Resolution (RS). The basis of the Guide is the relation between the importance of a theme and how much space it should occupy in the news, subject to a particular organization's production capacity. Incorporating the Guide as a tool for editorial management means adopting practices of accountability which affect both the ethical conduct an organization and its professionals adhere to and the sustainability of companies, becoming an important ally in the efforts to consolidate the credibility in journalism.

Key words: Journalism, Applied Research, Agenda Setting, Relevance, Semantic Resolution.

No clima da crise política vivido pelo Brasil nos anos de 2015 e 2016, tem havida especial atenção ao trabalho da imprensa, criticada por setores da esquerda, principalmente, por uma atuação francamente desfavorável ao Partido dos Trabalhados, à presidente Dilma Rousseff e às bandeiras políticas por eles incorporadas ao longo de mais de uma década no poder. Segundo esses segmentos, a grande imprensa se aliou à oposição e teria sido uma das promotoras da instabilidade política que culminou com o processo de *impeachment* da presidente.

Diante da crise, a resposta de setores da imprensa insistia numa tese: o que fazem é, apenas, noticiar fatos relevantes para o país com isenção. Segundo tal argumento, a imprensa não cria os fatos, mas noticia-os. Disto resulta que não poderiam ser responsabilizados por danos provocados pela agenda de crimes, desmandos e corrupção atribuídos, em seu noticiário, ao governo e às suas lideranças.

No centro da discussão, está a disputa pela agenda pública. Se o noticiário oferecido não é o mais correto, certamente é porque se reivindica, da parte dos críticos, outros temas a compor agenda. O fato, entretanto, é que nenhuma das partes apresenta de modo consistente os parâmetros, do ponto de vista técnico-jornalístico, que fundamentam suas posições. E isso ocorre, muito provavelmente, porque o jornalismo não tem instrumentos claros capazes de avaliar a relevância dos fatos, que justifique sua exposição – eventual ou sistemática, por exemplo – no noticiário.

É sobre esta ausência que se debruça o presente artigo, cujo

problema que pretende analisar é: como os veículos jornalísticos podem definir suas agendas, a partir de métodos tecnicamente orientados, a fim afastar suspeitas de manipulação da agenda ao sabor de suas conveniências? A proposta de solução para este problema é o Guia da Agenda Jornalística (GAJ)¹.

Tal proposta reconhece, ao contrário do que argumentam os setores da imprensa, a significativa responsabilidade dos veículos jornalísticos na seleção dos temas que elege para a agenda oferecida à sociedade, orientados pela noção de interesse público. E que não é condizente com tal responsabilidade a postura de abster-se de apresentar justificativas e explicações acerca do que fazem e de como fazem. Pois responsabilidade, implica, de partida, o conjunto de expectativas, sejam elas atribuídas externamente, definidas por lei ou voluntariamente firmadas, que gera vínculo para a conduta das organizações e dos profissionais de jornalismo (McQUAIL, 2003, p. 203). Uma vez assumidas responsabilidades, que valorizam moral e socialmente o trabalho da imprensa, assume-se (ou se deveria assumir) também algum grau de prestação de contas acerca de como e porque é feito, compromisso contido na noção de *accountability* (McQUAIL, 2003; FENGLER et al, 2014; BERTRAND, 2002; PAULINO, 2009).

Aceitas tais premissas, os fatos que compõem a agenda passam por um trabalho ativo de seleção e edição que inclui uns, excluem outros e hierarquiza todos. É um trabalho necessário, e por isso mesmo deve ter seus critérios demonstrados e justificados, sob pena de ser considerado arbitrário ou deliberadamente manipulado em favor de interesses que se queira prejudicar ou beneficiar. Em ambos os casos, a credibilidade jornalística corre sério risco.

O Guia proposto visa exatamente oferecer uma solução de natureza técnica, destinado a sistematizar um conjunto de critérios e procedimentos para avaliar a relevância de temas e orientar sua seleção para compor a agenda jornalística. Trata-se de um instrumento ainda conceitual, destinado a auxiliar as organizações jornalísticas e seus profissionais na composição da agenda oferecida à audiência e à sociedade. E, por extensão, visa também auxiliar a sociedade a fiscalizar e a denunciar os casos em que decisões editoriais passem ao largo dos parâmetros técnicos pretendidos. Por conceitual, entende-se que se trata de uma ideia que sistematiza os contornos de uma ferramenta passível de aplicação prática, mas que ainda não atingiu o estágio de maturação adequado para seu efetivo uso. Para isso, testes e novos desenvolvimentos deverão ser realizados.

Antes de avançar na apresentação do Guia, é preciso situar que, do ponto de vista metodológico, sua elaboração se dá no âmbito de uma proposta de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ) que tem sido empregada no desenvolvimento de instrumentos de avaliação e de processos jornalísticos orientados para a qualidade pelo Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicada ao Jornalismo (Quailjor). A seguir, serão apresentados os fundamentos desta proposta metodológica para, na sequência, tratar dos fundamentos e da configuração do Guia da Agenda Jornalística (GAJ).

1) Bases metodológicas para Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ)

A presente proposta de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ)² se esforça para superar um grande dilema da área³, aqui explicitado a partir da perspectiva de Barbie Zelizer para quem o jornalismo tem sido abordado em “pacotes”, cada qual isolado dos outros. Tal compartimentalização age contra a clareza do que seja jornalismo, analisando aspectos parciais da atividade em oposição a uma visão de conjunto (ZELIZER, 2010, p. 35). A proposta de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ) visa promover a articulação necessária entre saberes, orientada para o fazer jornalístico⁴.

Para tanto, parte da distinção clássica entre dois tipos de pesquisa:

A **pesquisa básica** consiste em trabalhos experimentais ou teóricos desenvolvidos principalmente com a finalidade de adquirir novos conhecimentos sobre os fundamentos de fenômenos e fatos observáveis, sem considerar uma aplicação ou uso particular. A **pesquisa aplicada** consiste igualmente em trabalhos originais empreendidos com o objetivo de adquirir novos conhecimentos. No entanto, ela é principalmente direcionada a um objetivo prático determinado. (MANUAL FRASCATI, 2002, p. 38 – grifo nosso)

A pesquisa básica em jornalismo seria voltada para produzir uma compreensão do objeto e de suas múltiplas relações, sem necessariamente voltar-se à solução de problemas práticos enfrentados pela atividade. Em tal enfoque, todas as possibilidades estão abertas para a investigação, seja para releituras, proposição de descobertas, críticas a paradigmas estabelecidos, entre outros caminhos possíveis, muitas vezes, inclusive, em franca oposição e questionamentos aos paradigmas técnicos vigentes.

A pesquisa aplicada, por sua vez, “permite a formatação operacional de ideias” para, a partir da pesquisa básica, “considerar os conhecimentos existentes e aprofundá-los com a finalidade de resolver problemas específicos” (MANUAL FRASCATI, 2002, p. 100). A Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ) recorre a um conjunto de elementos teóricos e metodológicos voltados para compreender o fazer jornalístico e intervir nele de modo cientificamente orientado. Parte de uma compreensão inicial do que seja a atividade, dentro da qual se formulam problemas para os quais o esforço aplicado de sistematização conceitual e metodológico busca oferecer uma solução inovadora.

A metodologia de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJ) aqui proposta se articula em torno de dois princípios: o Princípio Finalidade e o Princípio Complementaridade. O Princípio Finalidade sistematiza os papéis que a instituição jornalística se propõe ou é solicitada a cumprir na sociedade, mediante acordos e convenções estabelecidos socialmente que lhe atribuem um conjunto de responsabilidades. O Princípio Complementaridade determina o respeito a eixos que, embora se refiram a questões de diferentes e específicas naturezas, juntam-se numa particular configuração para dar sentido e efetividade ao Princípio Finalidade, quando considerada a prática do jornalismo.

O Princípio Finalidade (PF) expressa uma razão de ser para a atividade que estabelece parâmetros de ação para toda e qualquer organização que se pretenda “jornalística”, como a proposta abaixo:

- A atividade jornalística se destina a produzir livremente informações verdadeiras e plurais acerca de fatos reais do mundo, transmitidas por meio de algum suporte tecnológico, destinadas a **compor uma agenda** de questões que **atenda as expectativas de relevância das audiências tanto em sua dimensão pública quando em sua dimensão privada**, restringindo-se em ambos os casos notícias sobre fatos que possam violar direitos e garantias individuais e coletivos reconhecidos como valores humanos universais⁵.

Os seis eixos do Princípio Complementaridade são:

- **Teoria:** conjunto sistematizado de saberes que constituem a referência teórica para a compreensão do jornalismo, a configuração do problema de pesquisa e da solução proposta.

- **Ética:** referencial normativo que orienta a conduta jornalística na relação entre pares, pessoas envolvidas, fontes de informação e outros aspectos relativos às suas responsabilidades, sustentado ou não em documentos, que tem sua base nos princípios caros às sociedades democráticas;

- **Técnica:** conjunto de procedimentos profissionais que constituem o arsenal de trabalho dos jornalistas e de organizações e, especificamente, os procedimentos implicados no problema e na sua solução objeto de uma dada investigação aplicada;

- **Processos:** conjunto de atividades articuladas que promovem o tratamento jornalístico dos fatos, desde a triagem do conteúdo para seleção no noticiário até seu acabamento final para veiculação;

- **Tecnologia:** conjunto de *hardware* e *software* necessário à atividade jornalística, especialmente, os recursos tecnológicos que possam melhorar as técnicas e os processos aos quais dá ou pode vir a dar suporte;

- **Sustentabilidade:** capacidade das organizações jornalísticas em construir e preservar sua solidez operacional, presente e futura, que inclui, entre outros fatores, o contínuo reconhecimento de sua credibilidade pelo público.

O que o Princípio Complementaridade exige de seus eixos é a plena articulação. Qualquer movimento em um dos eixos precisa ser suportado pelos outros. Isto é, uma inovação em um dos eixos exigirá uma adaptação dos demais para manter a organicidade das ações em relação ao fim expresso no Princípio Finalidade.

O Guia da Agenda Jornalística (GAJ) é um instrumento situado no âmbito do eixo Técnica porque se constitui num conjunto de conceitos e procedimentos de apoio à decisão editorial que visa oferecer regularidade e eficácia aos julgamentos de relevância para seleção e hierarquização de conteúdo. O Guia será apresentado em detalhes no âmbito deste eixo, portanto. Mas, antes de chegar a ele, é preciso iniciar com o eixo Teórico, a fim de apresentar os conceitos que serão a base para as técnicas que constituem o instrumento proposto.

2) Eixo Teórico: Agendamento, Relevância e Resolução Semântica (RS)

No âmbito do Eixo Teórico, serão articulados três conceitos que dão fundamento à proposição do Guia da Agenda Jornalística (GAJ). O primeiro, Agendamento, constitui a base teórica que configura o problema a ser resolvido e para o qual se busca uma solução. Os outros dois, Relevância Jornalística (RJ) e Resolução Semântica (RS), constituem a base técnica-conceitual do Guia, porque são essenciais para operacionalizar os procedimentos propostos de composição da agenda. Sem tais conceitos, o Guia não existiria da forma como concebido.

2.1) Agendamento

No centro do debate sobre a cobertura da imprensa no caso das denúncias contra o governo da presidente Dilma e o PT, está a disputa pela agenda pública. Os veículos jornalísticos oferecem os conteúdos, temas e atributos que consideram mais significativos. Setores críticos veem nesse conteúdo uma seletividade deliberada motivada por interesses políticos rivais dos interesses do partido governista, a fim de manter a tensão política e levar ao fim antecipado do governo.

Do ponto de vista deste artigo, a questão chave que ilustra o problema diz respeito a como se decide qual o tema da corrupção naquele momento pré-impeachment, por exemplo, quando dominava a agenda midiática, comparada a momentos anteriores da história recente do país e a outras temáticas sociais, econômicas, educacionais, que se mantêm esquecidas no noticiário, embora sejam efetivamente relevantes para a superação da crise em curso. Ou seja, trata-se de refletir sobre qual a regra ou princípio de orientação que motiva a escolha dos temas, incluindo a proporção com que estes são explorados, e que serve de âncora para a construção da agenda oferecida.

A disputa pela agenda pública que ocorre no ambiente midiático se dá em função do efeito de agendamento, onde

“agendamento é uma teoria sobre a transferência da saliência das imagens da mídia sobre o mundo às imagens de nossas cabeças. A ideia teórica central é que elementos proeminentes na imagem da mídia tornam-se proeminentes na imagem da audiência. Aqueles elementos enfatizados na agenda da mídia acabam tornando-se igualmente importantes para o público”. (McCOMBS, 2009, p. 111)

A agenda da mídia constitui um fator potencial de influência da agenda pública, que pode variar, entre outros aspectos, pela necessidade de orientação ou grau de familiaridade das pessoas com os temas tratados pela imprensa (McCOMBS, 2009, p. 89-110). Além disso, há um jogo de mútuas influências entre as agendas pública, política e midiática (TRAQUINA, 2001, p. 25), que aponta para a interação entre elas e a necessidade de se avaliar, caso a caso, como se dá e em que proporção ocorrem as transferências de saliência.

A questão que emerge como central para a discussão aqui proposta é a formação da agenda no âmbito das organizações jornalísticas. Entender esse mecanismo é fundamental para se analisar a responsabilidade das organizações e, em consequência,

identificar aspectos que concorrem para o agendamento produzido. Para os propósitos deste artigo, vamos considerar três aspectos:

- Dinâmica própria dos acontecimentos:

Os acontecimentos têm uma dinâmica própria em função de como se combinam os múltiplos aspectos a eles interrelacionados. Por mais que se queira, se deseje e até se consiga, em alguma medida, controlá-los, isso se dá de forma parcial e limitada. A dinâmica própria dos acontecimentos é um aspecto externo sobre o qual as organizações jornalísticas – e qualquer outro ator social - não têm poder absoluto de controle nem de monitoramento. Na medida que a imprensa passe a acompanhá-los (ou a ignorá-los) com o agendamento que promovem em sua cobertura (ou com o silêncio sobre eles), podem, entretanto, ser mais um fator a implicar neles. Apesar de sua dinâmica própria, entretanto, muitos acontecimentos, sobretudo os de natureza política, são potencialmente previsíveis porque objeto de planejamento institucional. Tal previsibilidade, decorrente da porção controlável dos acontecimentos, auxilia o planejamento de cobertura das próprias organizações jornalísticas.

- Rotinas Produtivas ou Processos de Produção:

Todos os veículos definem rotinas que configuram um conjunto de procedimentos articulados para a realização do seu produto. É o seu planejamento para dar conta da dinâmica própria dos fatos, pois é evidente que nenhum jornal tem uma capacidade ilimitada de produção de notícias. Por isso, cada um precisa estabelecer um plano de trabalho condizente com sua capacidade de processamento. As rotinas ou processos administram a capacidade instalada em um dado veículo de produzir notícias por edição. Este é um processo de gestão interna da organização, relacionado à produtividade e ao gerenciamento das suas atividades para acessar os acontecimentos. Normalmente, ocorre através da alocação de equipes para acompanhar ambientes cuja regularidade de ações concilie algum valor jornalístico com geração abundante de fatos potencialmente noticiáveis (sobre impactos das rotinas e processos de produção no conteúdo produzido, ver McCOMBS, 2009, p.157-158; GANS, 1980, p.87-88; ALTHEIDE, 1976, p.61-95; WOLF, 1992, p.173ss; MOLOCTH, LESTER, 1993, p.44-46.

- Projeto Editorial:

Representa o conceito de jornalismo e por consequência de jornal que se pretende fazer, através da explicitação dos valores jornalísticos e sociais que orientam sua atividade. Delineia um

desenho temático para o jornal e as formas de abordá-lo. Esse conjunto de definições configura as linhas gerais da operação jornalística que reverbera, por sua vez, sobre todas as coberturas realizadas. Importante destacar que o projeto editorial é um documento de natureza jornalística e que, portanto, deve estar nos limites do que a instituição jornalística define para sua prática. Dentro de tais limites, a organização tem a liberdade para atuar. No projeto editorial, constam as diretrizes que embasam as decisões para gerenciar sua ação jornalística. Uma das limitações desses documentos é que, não raro, apresentam orientações genéricas que não se desdobram em orientações específicas para procedimentos específicos, por um lado, nem vêm acompanhadas de processos de avaliação interna que fiscalizem e esclareçam sua aplicação.

A agenda noticiosa de um veículo de imprensa se forma então na articulação básica desses três aspectos. O aspecto mais decisivo são as Rotinas Produtivas ou os Processos de Produção, que são responsáveis por garantir os canais regulares de apuração de notícias. O projeto editorial é um documento de referência, não diretamente aplicável no âmbito operacional, embora a definição dos tais canais de rotina seja uma escolha dele derivada. A importância intrínseca dos acontecimentos só é realmente considerada fora dos canais regulares, em casos excepcionais. E dentro dos canais, para selecionar entre um e outro fato disponível. Isso é muito bem esclarecido pelo conceito de noticiabilidade, que expressa a relação entre valor jornalístico dos fatos e capacidade de uma organização vir a alcançá-los para o seu noticiário (WOLF, 1992, p.168-169; ALTHEIDE, 1976, p. 112, 128; MOLOTCH; LESTER, 1993, p. 44).

Da compreensão do processo de seleção de notícias nos termos aqui expostos, importa destacar que a seleção geral dos fatos se dá a partir de um espectro estreito da realidade, o que pode levar a distorções relativas à incapacidade de alcançar fatos que estejam para além desses canais. Da mesma forma, quando estes canais se mostram mobilizados em determinadas questões, como as denúncias de corrupção contra o governo, a amplitude de fatos que já era estreita diminui ainda mais, fazendo com que a agenda jornalística em regra se concentre nos temas em destaque nesses próprios canais.

Fica nítida então a responsabilidade das organizações jornalísticas na seleção e montagem da agenda, pois os fatos noticiados dependem diretamente da sua capacidade de alcançar tais fatos e torná-los notícias. Uma variedade imensa de outras temáticas

e fatos muitas vezes sequer chega ao conhecimento das organizações pela dificuldade de se monitorar toda a realidade. E outros tantos fatos que chegam são descartados por meio de critérios internos, de ordem editorial ou operacional, gerenciados pela organização. Assim, a agenda tem um componente fortíssimo de escolhas produzidas pelas organizações, sejam escolhas relativas aos critérios editoriais sejam relativas a critérios operacionais. Sem excluir a possibilidade de outros tipos de critérios não confessáveis e, por isso mesmo, por si, não justificáveis porque alheios à lógica jornalística. Obviamente, tais tipos de critérios, como ingerências políticas e econômicas, por exemplo, são indevidos e devem ser combatidos, ao contrário dos critérios editoriais e operacionais que são necessários e administráveis jornalisticamente pelas organizações.

Dar conta desta responsabilidade exige, em consequência, oferecer respostas aos problemas relativos: à falta de transparência que mantém sob segredo os critérios de escolha da agenda disponibilizada para a sociedade; à imprecisão técnica, que não é capaz de demonstrar o fundamento das decisões editoriais para fins de composição da agenda; e à limitação dos processos, que mantém rotinas em ambientes pré-determinados e deixam de explorar novas possibilidades de cobertura. Em resposta a este cenário, é preciso avançar no núcleo do problema, que é a falta de técnicas capazes de gerenciar a composição da agenda, a partir de métodos e critérios claramente definidos. Tais técnicas é que vão configurar o Guia da Agenda Jornalística (GAJ).

No eixo teórico, é preciso ainda tratar de dois outros conceitos: relevância e resolução semântica.

2.2) Relevância

A noção de Relevância Jornalística (RJ) na qual se baseia este artigo é a de Sperber e Wilson (1995, p. 122). A partir de seus fundamentos, Guerra aponta que a relevância está relacionada à capacidade que uma informação tem de provocar efeitos em algum “contexto cognitivo” passível de ser acionado pela audiência de acordo com sua competência de recepção (GUERRA, 2008, p. 185). A relevância está associada, portanto, a um valor passível de ser reconhecido pela audiência em virtude de competências prévias que disponham e que geram expectativas de informação em relação a suas preferências.

Entretanto, quando se pensa a audiência e suas expectativas, é necessário pensar em duas ordens de expectativas: uma privada, na qual reinam as preferências espontâneas relativas a gostos e interesses naturalmente cultivados pelos membros; e outra pública, na qual importam categorias formais relativas ao exercício da cidadania, a direitos e deveres a ele relacionados. Trata-se dos mesmos indivíduos, mas que são acionados em dois grupos de competências distintas. As de ordem privada são de seu pleno domínio, porque construídas no âmbito da sua experiência e trajetória no mundo. As de ordem pública, entretanto, implicam atribuições de responsabilidade decorrentes da lógica de operação do estado democrático de direito, para as quais há a necessidade de um preparo mínimo, nem sempre acessível a todos, embora todos sejam chamados a responder seja no âmbito do respeito à lei seja no âmbito dos processos-chave de decisão política, como as eleições.

Que os indivíduos dominem ou não as competências políticas necessárias ao sistema democrático, seja em relação as questões processuais sejam em relação às questões de mérito em debate, o fato é que todos estão vinculados às suas regras, objetos e instituições. O princípio que consagra o compromisso do jornalismo com os requisitos exigidos nesta dimensão pública das expectativas da audiência é o clássico “interesse público”. Entretanto, a expressão é extremamente imprecisa para dar conta de filtrar inúmeros fatos que poderiam se adequar a ele, em diferentes graus de precisão. Por isso é necessário tentar esquadrihá-lo, minimamente, para embasar a proposta do Guia a ser apresentada.

Tal esquadrihamento é produzido a partir de uma Matriz de Relevância⁶, que sistematiza valores-notícia como indicadores de relevância em três eixos. Quanto mais valores-notícia um fato atingir, a tendência é que seja reconhecido como mais relevante. No primeiro eixo, formal, constam os valores-notícia clássicos, como aqueles que apontam a importância de um acontecimento. No terceiro eixo, constam os valores-notícia selecionados pelo projeto editorial, que definem claramente a proposta de um jornal.

É no eixo 2, temático, que melhor se enquadram os aspectos que interessam ao Guia. Nele, constam uma seleção de temas selecionados em função do perfil editorial do jornal ou das políticas e temas de interesse público que pretende abarcar. Esses temas deveriam ser submetidos a uma análise de relevância junto a quatro agendas (pública, política, da audiência e midiática, entre outras

agendas passíveis de serem consideradas), através de métodos especificamente elaborados para tal, a fim de gerar o Fator de Relevância Jornalística (FRJ). O FRJ, que será melhor explicado no eixo Técnica, expressa uma relevância sugerida a partir das expectativas em relação aos temas extraídos daquelas quatro agendas. Quanto maior o FRJ, maior a relevância sugerida para o tema e, conseqüentemente, maior o apelo pelo seu agendamento. O FRJ é um indicador, portanto, da relevância dos temas a partir da prospecção feita ao conjunto das quatro agendas mencionadas.

2.3) Resolução Semântica (RS)

O conceito de resolução semântica foi proposto por Fidalgo (2004) para notícias produzidas no ambiente digital, especificamente em sites do tipo *open source*. Mas, as potencialidades do conceito podem ser extrapoladas do ambiente digital, como iremos propor. O princípio básico do conceito é que quanto mais notícias se produzirem sobre um determinado acontecimento, maior tende a ser sua Resolução Semântica (RS), isto é, maior o grau de informação sobre ele. Isso acontece porque o conteúdo novo produzido vai se somando continuamente ao existente, preenchendo as lacunas de entendimento. Esse movimento ajuda a filtrar e a refutar informações assim como a acrescentar novas. No conjunto, elevam o grau de objetividade e de pluralidade das informações apuradas sobre os fatos objetos da cobertura e os atores neles implicados.

Segundo o próprio Fidalgo,

Dependendo **da importância e do interesse** do acontecimento relatado, as notícias aumentarão em número e em detalhe, permitindo desse modo uma visão mais em pormenor do acontecimento. Tal como uma imagem digital aumenta a sua qualidade com o aumento da resolução gráfica, ou seja, com o número de *pixels* por centímetro quadrado, assim também um determinado evento receberá uma melhor cobertura noticiosa quanto maior for a sua resolução semântica, constituída pela pluralidade e diversidade de notícias sobre o evento. (FIDALGO, 2004, s/p – grifo nosso)

O autor destaca claramente que o aumento do número de notícias está relacionado à importância e ao interesse do assunto, numa clara alusão entre resolução semântica e relevância, que será importante considerar adiante no âmbito da sistematização do Guia. Os conceitos de Relevância Jornalística (RJ) e de Resolução Semântica

(RS) estabelecem uma relação de dependência entre si. Quanto mais relevantes os fatos, maior a exigência de maior resolução semântica, e vice-versa, numa relação direta de proporcionalidade entre ambas. Diferentes graus de relevância demandam diferentes quantidades de notícias. O Guia da Agenda Jornalística (GAJ) está fundamentado neste princípio, através da proposição de um método para seleção e planejamento de cobertura.

3) Eixo Técnico – O Guia da Agenda Jornalística

O Guia da Agenda Jornalística (GAJ) é um instrumento que visa construir um conjunto de referências técnicas para a seleção dos temas a compor a agenda jornalística de uma organização. Não deve ser visto como um instrumento que determina ou define, de modo absoluto, a agenda, mas um instrumento de auxílio ao discernimento profissional que sistematiza referências para o planejamento editorial. O que não significa que, uma vez feito, possa ser simplesmente ignorado. Decisões fora dos padrões orientados por ele podem ser tomadas, com as devidas justificativas técnicas, obviamente.

O princípio inicial da constituição do guia é o conceito de Resolução Semântica (RS) através da proposta de um Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R). O índice não mede a Resolução Semântica (RS) apenas em relação à sua alta ou baixa resolução (menor ou maior número de notícias), mas considera o número de notícias numa relação com dois outros componentes: o Fator de Relevância Jornalística (FRJ) e o Índice de Produtividade Jornalística (IProd).

O Fator de Relevância Jornalística (FRJ) é um valor numérico que expressa a relevância de uma temática, com base no monitoramento das quatro agendas já citadas, com base nos seguintes elementos de quantificação:

- Agenda política: é quantificada pelo levantamento do grau de prioridades dos temas, considerando as expectativas dos atores políticos como governo, parlamento, judiciário e entre outros;
- Agenda pública: é quantificada pelo levantamento do grau de prioridade dos temas, considerando as expectativas da sociedade civil, seus vários setores e grupos representativos;
- Agenda da audiência: é quantificada pelo levantamento do grau de prioridade dos temas, considerando as expectativas da audiência de um dado jornal;

- Agenda intermídia: é quantificada pelo levantamento do grau de prioridade dos temas, considerando a agenda de outros veículos jornalísticos e redes sociais selecionados.

Para todos esses levantamentos, podem se usar várias metodologias, tais como: sondagens e pesquisas de opinião, pesquisa documental em estudos e relatórios técnicos pertinentes, pesquisa em bases de dados disponíveis, sobretudo as públicas, entre outros métodos possíveis. O objetivo é construir um diagnóstico sobre os temas e o grau de preocupação que suscitam nas diferentes agendas. Deste diagnóstico, seriam extraídos os parâmetros de relevância considerados em função do cruzamento de informações, obtidas em estudos e bases de dados, com as expectativas apresentadas pelos atores auscultados. Certamente, esse tipo de levantamento deveria ser regular, a fim de se manter constantemente atualizado com a conjuntura do país e, em consequência, com as preocupações manifestadas pelas diferentes agendas.

De cada uma dessas agendas deverá ser extraído um leque de temas, preocupações e seu grau de prioridade, capazes de gerar indicadores de relevância por tema que, confrontados e comparados entre as agendas, deverá resultar no Fator de Relevância Jornalística (FRJ) para cada um deles. O FRJ vai indicar graus de relevância entre as temáticas, que será usado para a definição do IRS-R. Obviamente, o conceito do FRJ é muito mais fácil de explicar do que de construir, efetivamente, porque requer meios e recursos com algum grau de complexidade e sofisticação.

O Indicador de Produtividade Jornalística (IProd), por sua vez, considera a capacidade de produção de uma organização por um determinado período, e pode ser expresso em relação ao número de notícias, ao espaço a ser ocupado ou ao tempo de veiculação disponível, entre outras unidades de medida cabíveis. Para fins da exposição aqui feita, será considerado o número de notícias.

O Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R) visa sugerir uma quantidade de notícias a ser produzida, considerando o Fator de Relevância Jornalística (FRJ) por tema e o Indicador de Produtividade (IProd) de uma determinada organização. Procura administrar, portanto, a quantidade de notícias a ser produzida por tema, considerando a sua relevância (quanto maior a relevância, maior a quantidade de notícias) e a capacidade instalada de produção da organização jornalística.

A montagem do Guia da Agenda Jornalística (GAJ) considera os seguintes passos:

3.1) Definição do Indicador de Produtividade Jornalística (IProd)

O Indicador de Produtividade Jornalística (IProd) consiste na capacidade média de produção instalada em uma organização, considerando o número de notícias. Pode ser medido por edição, por semana ou por mês. Para fins de exemplo neste artigo, vai-se considerar, a título de ilustração, um IProd semanal de 800 notícias, o que significa, portanto, uma capacidade média de produção semanal de 800 notícias (Total da Coluna B – Tabela 1).

3.2) Definição de temáticas e aplicação do Fator de Relevância Jornalística (FRJ)

Após aplicação de metodologias para prospectar temáticas e seu grau de relevância extraído de cada agenda particular consultada, vai se obter duas informações importantes para a composição do Guia: o menu de temas (Coluna A – Tabela 1), isto é, o rol de temas considerados relevantes o suficiente para receber cobertura jornalística; e o Fator de Relevância Jornalística (FRJ) (Coluna C – Tabela 1), o valor numérico que expressa a relevância sugerida para os temas, produzindo consequentemente um determinado grau de hierarquização entre eles.

3.3) Definição do Indicador de Produtividade Jornalística (IProd) por tema

A definição do IProd por tema representa a quantidade de notícias produzida para cada tema de acordo com a capacidade de produção instalada da organização. Assim, se o IProd da organização jornalística em questão é 800 notícias, e o menu de opções de cobertura é composto por dez temas, tem-se que, a princípio, cada tema teria uma cota de 80 notícias semanais (Coluna B – Tabela 1). Mas, este valor não considera ainda o Fator de Relevância Jornalística (FRJ).

3.4) Obtenção do Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R)

A aplicação do Fator de Relevância Jornalística (FRJ) ao Índice de

Produtividade Jornalística (IProd) visa garantir que a quantidade de notícias por tema leve em conta a relevância prospectada junto às agendas consultadas. Desta forma, é assegurada a proporcionalidade entre a relevância do tema, medida pelo FRJ, com o número de notícias que deverá dar conta dele, isto é, o seu Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R).

O Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R) vai recomendar a quantidade de notícias sobre um tema proporcionalmente à sua relevância prospectada (Coluna D – Tabela 1). Tal cálculo será por meio de uma média ponderada, com base na seguinte fórmula:

$$[IProd (\text{tema}) \times FRJ / \Sigma FRJ] \times \text{no. Temas} = \text{IRJ de Referência}$$

Onde:

IProd (tema) – Indicador de Produtividade Jornalística por tema (Coluna B)

FRJ – Fator de Relevância Jornalística de cada tema (Coluna C)

ΣFRJ – somatório dos fatores de Relevância Jornalística (total – Coluna C)

No. Tema – número de temas a receberem cobertura (Coluna A)

IRS-R – Índice de Resolução Semântica de Referência (Coluna D)

Tabela 1 – Componentes para extração do Índice de Resolução Semântica de Referência

A	B	C	D
Tema	IProd (tema)	Fator de Relevância (FRJ)	IRS de Referência*
1	80	7	142
2	80	6	122
3	80	5,5	111
4	80	5	101
5	80	4	81
6	80	3,5	71
7	80	3	61
8	80	2,5	51
9	80	2	40
10	80	1	20
Total	800	Σ 39,5	800

*Valores arredondados.

Fonte: o autor.

A coluna D da Tabela 01 apresenta o Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R) que recomenda a quantidade de notícias necessária para dar conta de cada tema, conforme sua relevância e a capacidade instalada de produção do jornal. Assim, o Tema 1, que obteve o maior FRJ, alcançou o maior IRS-R, isto é, uma previsão de 142 notícias na semana, resolução semântica considerada ideal para explorar o assunto, em comparação com os outros temas e respectivos fatores de relevância. O IRS-R é uma sinalização, uma meta, que sugere uma proporção na distribuição de conteúdo de acordo com sua relevância. A partir desta sistemática para a gestão de temas, seria possível também desdobrar outros Guias, derivados deste, considerando subtemas e atributos, através da mesma lógica de operação. E claro, adotar-se margens de tolerância para mais e para menos, a fim de garantir a flexibilidade de sua aplicação.

A Tabela 1 foi construída com base em valores aleatórios para exemplificar a aplicação do método proposto, que constitui o Guia de Agenda Jornalística (GAJ). O importante a se constatar nela são as relações entre capacidade instalada de produção, menu de temas e relevância. E como esses elementos se articulam para recomendar o Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R).

O Guia da Agenda Jornalística (GAJ) é um instrumento que organiza a relação de temas que um jornal pretende dar conta, capaz de orientar sua cobertura, a partir do Indicador de Produção Jornalística (IProd), do Fator de Relevância Jornalística (FRJ) e do Índice de Resolução Semântica de Referência (IRS-R). As contribuições que o Guia da Agenda Jornalística (GAJ) daria do ponto de vista do eixo técnico ao trabalho dos jornalistas e de suas organizações seria:

- 1) Estabelecer critérios claros, extraídos das diferentes agendas, e o método para se operacionalizá-los, que deverão nortear o trabalho jornalístico de seleção, tratamento, exposição e justificação das notícias veiculadas;

- 2) Estabelecer o IRS-R como um parâmetro a partir do qual dosar a exploração dos diferentes temas da agenda planejada pela organização, seja para garantir a atenção mínima devida a cada tema ou o maior destaque, e em que proporção; sinaliza, portanto, a proporção na produção de notícias dos diversos temas considerados relevantes de modo a evitar que uns dominem o noticiário às custas da exclusão de outros, de acordo com a relevância prospectada.

Nos contornos aqui apresentados no Eixo Técnico, o Guia da Agenda Jornalística (GAJ) vai gerar implicações também nos eixos Ética, Processos, Tecnologia e Sustentabilidade, brevemente sumarizadas a seguir.

4) Eixo Ética

Com a constituição do Guia, as decisões editoriais estariam pautadas nos critérios ali contidos, tanto em relação à avaliação de relevância quanto na dosagem do volume de material produzido para dar conta de cada tema. Tal procedimento evita o caráter discricionário de seleção por parte dos profissionais, levando-os a adotar – e a justificar – suas decisões com base no instrumental técnico agora disponível. Uma vez pautados por esses critérios e dispostos a apresentá-los publicamente, por meio de recursos de *accountability* (McQUAIL, 2003, FENGLER et al; 2014), as organizações poderiam demonstrar que cumprem com suas responsabilidades. Assim procedendo, poderiam afastar hipóteses de que agem deliberadamente de forma parcial na composição do noticiário. Suas decisões seriam pautadas por critérios, e não por conveniências do momento. Restariam, contudo, exigências de controle do próprio instrumento, a fim de garantir que os indicadores usados no Guia fossem técnica e corretamente obtidos e aplicados.

O instrumento, entretanto, não impede nem evita ações de distorção e manipulação do noticiário feitas deliberadamente por agentes jornalísticos que transgridem as normas éticas da atividade. Afinal, sempre há e haverá quem queira obter ganhos indevidos, de qualquer natureza, por meios de atos de corrupção que visem justamente burlar as regras do jogo respeitadas pelos demais atores sociais. Acontece no jornalismo, mas também no direito, na medicina, na engenharia e em qualquer outra atividade profissional. Nesses casos, o caminho para se dificultar a ação dos malfeitores é a sofisticação técnica e processual, que exija dos profissionais fundamentar suas decisões por meio de registros, documentação e externalização, capazes de serem acionados por mecanismos de controle e fiscalização, sempre que necessário. É nesse cenário que o GAJ se apresenta como uma ferramenta que, se adotada, poderá dificultar, inibir e reduzir – mas de forma alguma impedir por completo – a fraude jornalística na composição da agenda noticiosa.

5) Eixo Processos

Com o Guia da Agenda Jornalística (GAJ), o planejamento dos processos jornalísticos deverá passar por um redirecionamento. Na lógica atual, na maior parte dos casos, definem-se roteiros e o leque de temas abordados vai aparecer na proporção que acontecem em seus limites. Na lógica do Guia, os temas estarão apresentados a partir das demandas de relevância prospectadas, e as estratégias de cobertura deverão ser planejadas de acordo com elas. Isso pode levar ao abandono ou à diminuição do peso que certos canais de rotina têm no *modus operandi* convencional. Ou, pelo menos, levar à exploração de maiores possibilidades de cobertura dentro deles ou num raio minimamente mais ampliado. E, certamente, à exploração de novas frentes de cobertura até então invisíveis ou inexploradas, porque captadas junto a atores sociais que fazem parte de agendas diferenciadas, que não habitam nem circulam nos roteiros habitualmente frequentados pela imprensa. A revisão dos processos pode levar também à revisão dos indicadores de produtividade, haja vista a relação entre processos e produtividade. Uma mudança nos processos tem forte impacto na gestão interna do trabalho de uma organização e por isso deve ser feito de forma bastante cuidadosa e planejada.

6) Eixo Tecnologia

O eixo Tecnológico pode dar um grande suporte na definição do Fator de Relevância (FRJ), através do uso de sistemas e máquinas para prospecção e processamento de dados compatíveis de serem monitorados e usados para a composição das diferentes temáticas. Tais dados podem ser processados em sistemas informatizados de apoio à decisão, capazes de trabalhar uma infinidade de variáveis simultaneamente, sejam dados estruturados ou não. Essa é uma forte tendência do jornalismo de dados que teria uma aplicação importante para a efetivação do Guia.

7) Eixo Sustentabilidade

A adoção de técnicas para embasar decisões editoriais e a consequente adoção da transparência como recurso para justificar

decisões tomadas constitui passo importante para garantir a credibilidade e a sustentabilidade da organização no longo prazo. Nessa linha, Fengler afirma, em um trabalho que discute experiências de *accountability* na Europa, que o investimento em qualidade e transparência figura como uma possível vantagem competitiva para os jornais (FENGLER et al; 2014, p. 10). A perda da credibilidade abala a confiança do público e, num ambiente altamente competitivo e diversificado de fontes de informações para a sociedade, pode representar uma perda irrecuperável para as organizações que venham a ser questionadas (MEYER, 2007, p. 15-42). Por isso mesmo, o estudo do *International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA)*, intitulado “Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets”, afirma que

Newspapers, broadcasters and the now-ubiquitous new media all must depend on the trust and respect of their readers if they want to survive as serious providers of news and information. One of the best ways to earn that trust, along with consistently good performance, is the kind of transparency that lets consumers in on the often tightly held little secrets of journalism – how we do what we do, and why we do what we do. (ICMPA, 2007)

Os veículos que adotarem a ferramenta, e permitirem meios de acompanhamento e fiscalização de seus processos de tomada de decisão, podem ter sua credibilidade elevada e fortalecida, aumentando seu poder de agenda, em detrimento de veículos que optem por se manter imunes a qualquer processo de prestação de contas à sua audiência e à sociedade. E essa diferença é apontada por Meyer (2007) como um aspecto essencial para a produção de um jornalismo de qualidade que vise sua sobrevivência no longo prazo.

Considerações Finais

A proposta do Guia da Agenda Jornalística (GAJ) visa oferecer um instrumento que referencie e parametrize as decisões editoriais para seleção de temas a compor a agenda jornalística de uma determinada organização. O Guia estabelece um método de trabalho, através do qual se operacionaliza critérios técnicos de aferição da relevância dos temas a partir do grau de prioridade percebido pelas agendas e do grau de materialidade dos fatos que justifiquem tal prioridade, demonstrado por meio de pesquisas documentais em relatórios, estudos e bases de dados.

A incorporação de um método, e das possibilidades de justificação

que ele encerra, se torna uma ferramenta fundamental para a credibilidade das organizações e para a avaliação de seu desempenho. Do ponto de vista da credibilidade, o uso de um método, fundamentado e justificado, minimiza críticas de decisões editoriais baseadas na conveniência do momento. Do ponto de vista da avaliação de desempenho, permite que a organização e setores críticos possam avaliar tanto a correção do instrumento em si quanto a sua correta e justa aplicação.

Tal instrumento se tornaria uma ferramenta de planejamento editorial para uso regular na montagem da agenda jornalística e, principalmente, em situações de crise, nas quais o trabalho da imprensa precisa ter capacidade para demonstrar sua incontestável independência e imparcialidade no trato dos conflitos noticiados. Além disso, o Guia se constitui também, se incorporado numa política de transparência editorial, em instrumento de referência para avaliar, questionar e apontar os excessos e abusos cometidos. Sem recursos deste tipo, a afirmação de um jornalismo que apenas “noticia fatos com isenção” não passa de mero recurso retórico desprovido de base técnica.

Apesar disso, há certamente muitas lacunas ainda a serem preenchidas para o pleno funcionamento do Guia, haja vista tratar-se de questões altamente complexas, como a prospecção de temas junto a agendas distintas e a distribuição temática na produção do conteúdo. Mas as questões que o desafiam não invalidam o conceito geral da ferramenta, apenas indicam a necessidade de novos movimentos a fim de garantir a precisão dos resultados pretendidos.

Além disso, o uso da ferramenta e a incorporação de suas premissas exige uma postura ética voltada para o desejo de produzir um jornalismo sempre melhor. Por isso, ela pode ser interessante para aquelas organizações e profissionais movidos por tais desafios. Mas, não para aqueles que veem no jornalismo um espaço para a realização de seus interesses particulares. Para estes, a ferramenta proposta criaria dificuldades, que poderiam ser dribladas pela sua não incorporação aos processos de trabalho ou até pela sua manipulação, caso incorporada. Decisões essas que passam longe dos compromissos éticos exigidos para a atividade jornalística.

Onde estaria então a vantagem de uma ferramenta como a aqui proposta? Na sua capacidade de diferenciação técnica e ética das organizações jornalísticas e de profissionais. A incorporação da ferramenta e seu bom uso poderiam resultar no aumento da credibilidade jornalística de seus usuários. Quem assim trabalhar poderia inclusive se submeter a inspeções e validações externas, nos

moldes a que são submetidos os sócios do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)⁷ para fins de verificação de índices de audiência e circulação. Ao fazerem isso, elevariam o padrão de qualidade de seu desempenho e lançariam uma mancha de incertezas sobre as organizações e profissionais que não adotassem postura similar.

Num cenário como o da crise política vivida pelo país nesses anos de 2015 e 2016, certamente um instrumento como este, se existente e aplicado, permitiria que o debate técnico pudesse ter algum espaço numa seara na qual a política parece ter ocupado todos os espaços de reflexão sobre o jornalismo e suas práticas. A ausência do debate técnico evidencia uma fragilidade profissional e organizacional que compromete tanto a atuação dos veículos quando a de seus críticos. Em consequência, não consegue sinalizar claramente as situações nas quais a falta de justificação técnica poderia sugerir ou denunciar critérios de natureza não-jornalística.

NOTAS

- 1 A proposta do Guia foi desenvolvida no âmbito de pesquisas realizadas pelo autor dentro do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicada ao Jornalismo (Qualijor), cujos esforços se dedicam ao desenvolvimento de instrumentos de avaliação de qualidade para a produção de diagnósticos e de soluções para os problemas diagnosticados. O projeto âncora do programa, “Qualidade em Organizações Jornalísticas: um panorama inicial”, é financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
- 2 O fragmento de texto apresentado neste tópico destinado à Pesquisa Aplicada em Jornalismo é uma versão reduzida, com pequenas alterações de redação, constante do artigo “Qualijor – sistema de gestão da produção jornalística orientado para a qualidade editorial”, apresentado na “XVI Mesa Coordenada da Rede Jortec – Formas de produção, financiamento, interação e avaliação do jornalismo digital”, durante o 13º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), de 4 a 6 de novembro de 2015.
- 3 Outras análises, explorando vieses diferentes do problema, também poderiam ser citadas como Guerra (2008) e Medistch (2001).
- 4 A preocupação com a realização de Pesquisas Aplicadas em Jornalis-

mo aqui manifestada procura contribuir com importantes reflexões já produzidas por outros autores, tais como Meditsch (2004), Machado (2004, 2014) e Franciscato (2006).

- 5 Essa definição se enquadra dentro perspectiva Normativa do Jornalismo (CHRISTIANS et al., 2009; MARINHO, 2015, p. 36; KOVACH; ROSENSTIEL, 2001) ou do Paradigma da Mediação (GUERRA, 2008), duas terminologias para caracterizar o modelo de jornalismo moderno que institui a base ética e técnica contemporânea da atividade.
- 6 Sobre a Matriz de Relevância, ver Guerra e Barreto (2013), Feitoza (2016).
- 7 “A auditoria do IVC para o veículo significa ter o reconhecimento das agências de propaganda e de grandes anunciantes, que desenvolvem os seus planejamentos de mídia e verificam audiências utilizando as informações do nosso banco de dados. Por meio do selo do IVC, editores e produtores de eventos demonstram a credibilidade dos seus dados, ao mesmo tempo em que permitem aos anunciantes obter critérios de comparações dentro de um padrão comum”(Instituto Verificador de Circulação).

REFERÊNCIAS

- ALTHEIDE, David. **Creating reality**. Beverly Hills: Sage, 1976. 221 p.
- BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru, SP: Edusc, 2002. 513 p.
- CHRISTIANS, Clifford G.; GLASSER, Theodore; MCQUAIL, Dennis; NORDENSTRENG, Kaarle; WHITE, Robert A. **Normative Theories of the Media**. Journalism and Democratic Societies. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2009. 280 p.
- FEITOZA, Liliane do Nascimento Santos. **Relevância jornalística: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e *accountability***. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Sergipe (UFS), São Cristóvão, 2016.
- FENGLER, Susanne; EBERWEIN, Tobias; MAZZOLENI, Gianpietro; PORLEZZA, Colin; RUSS-MOHL, Stephan. (Orgs.). **Journalists and Media Accountability: An International Study of News People in the Digital Age**. New York: Peter Lang, 2014

FIDALGO, Antônio. Sintaxe e Semântica das Notícias Online: Para um Jornalismo Assente em Base de Dados. In.: LEMOS, André et al. (Orgs.). **Mídia.br**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004. (p. 180-192) Versão do artigo disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/fidalgo-jornalismo-base-dados.html>

FRANCISCATO, 2006. Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo. In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJOR, 4. 2006, Brasília. **Anais...** Porto Alegre: SBPJor, 2006. v 1, p. 1 – 20. Disponível em: < http://sbpjour.org.br/admjor/arquivos/coord2_carlos_franciscato.pdf>. Acesso em: 28 jul 2016.

GANS, H. J. **Deciding what's news**. New York: Vintage Books, 1980.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania**. Porto Alegre, Editora da PUC-RS, 2005.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

GUERRA, Josenildo Luiz; BARRETO, Nara. Qualidade em Jornalismo: metodologia para avaliação do requisito relevância. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR), 11. 2013, Brasília. Anais... Brasília: SBPJor, 2013. v 1, p. 1 – 21. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/admjor/arquivos/11encontro/comunicacoes_coordenadas/0060.pdf>. Acesso em: 11 jun 2016.

GUERRA, Josenildo Luiz. Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao Jornalismo: possibilidades e diretrizes. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.13, n.3, set./dez. 2010b. Disponível em < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/470/457>>. Acesso em: 3 out. 2016

GUERRA, Josenildo Luiz. Qualijor – sistema de gestão da produção jornalística orientado para a qualidade editorial. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR), 13. 2015, Brasília. **Anais...** Brasília, SBPJor, 2015. V. 1, p. 1 – 22. Disponível em <<http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XIIINPJor/paper/view/4596/1142>>. Acesso em: 11 jun. 2016

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008. 290 p.

Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Disponível em < <http://ivcbrasil.org.br/institucional/iFaq.asp>> Acesso em 28 ago. 2016.

International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA). *Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets*. Jun 2007. Disponível em <<http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>> Acesso em 03 ago. 2012.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The Elementos of Journalism.** What Newspeople should Know and the Public Should Expect. Crown Publishers: News York, 2001, 205 p.

MACHADO, Elias; SANT'ANA, Jéssica. Limitações metodológicas na pesquisa em jornalismo: um estudo dos trabalhos apresentados no GT de Jornalismo da Compós (2000-2010). **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, vol.1, n.1 p. 26-42, Jan-Jul,

MACHADO, Elias. Dos Estudos sobre o Jornalismo às teorias do Jornalismo (Três Pressupostos para a Consolidação do Jornalismo como Campo de Conhecimento). **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Ed.1, dez 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/e-compos>>. Acesso em: 13 jun 2016.

MANUAL DE FRASCATI. Medição de atividades científicas e tecnológicas: Tipo de metodologia proposta para levantamentos sobre pesquisa e desenvolvimento experimental. OCDE, 2002. Disponível em <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0225/225728.pdf>. Acesso em: 07 jul 2016.

MARINHO, Sandra. **Jornalismo e formação em mudanças:** modelos e construções na análise do caso português. Braga, Portugal: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, 2015. 559 p. Disponível em: < <http://hdl.handle.net/1822/39990> >. Acesso em: 31 mai 2016.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública.** Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

McQUAIL, Denis. **Media Accountability and Freedom of Publication.** Oxford; New York: Oxford University Press, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. “Gêneros de discurso, conhecimento, intersubjetividade, argumentação: ferramentas para uma aproximação à fisiologia norma do jornalismo”. In.: Encontro Nacional de Pós-Graduação em Comunicação. Reunião Anual, XI. Brasília, junho de 2001.

MEDITSCH, Eduardo. Estudos em Jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação.** Vol XXVII, n° 2, p. 93-107, jul/dez 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/1070/971>. Data de acesso: 13 jun 2016.

MEYER, Phipip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar os jornalismo na era da informação. Tradução de Patrícia De Cia. São Paulo: Contexto, 2007. 263 p.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional. Acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In.: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo. Questões, teorias e “estórias”.** Lisboa: Vega, 1993, p. 34-51. (Comunicação e Linguagens)

NORRIS, Pippa; ODUGBEMI, Sina. The Roles of the News Media in the Governance

Agenda: Watch-dogs, Agenda-Setters, and Gate-Keepers. In.: Harvard University-World Bank workshop on “**The Role of the News Media in the Governance Agenda: Watcdog, Agenda-setter, and Gate-keeper.**” 29-31st May 2008. Disponível em <<http://issuu.com/internews/docs/mediamatters?mode=embed&documentId=080307235258-86879280152d4cd485010c7d3a09c955&layout=grey>>. Acesso em: 25 mar 2009.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da internet.** 3 eds. São Paulo: Saraiva, 2010. 431 p.

PAULINO, Fernando Oliveira. **Responsabilidade Social da Mídia:** Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha. Brasília: Casa das Musas, 2009.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. **Relevance:** communication and cognition. 2 ed. Blackwell, 1995.

STAL, Eva. Inovação tecnológica, sistemas nacionais de inovação e estímulos governamentais à inovação. In.: MOREIRA, Daniel Augusto e QUEIROZ, Ana Carolina (Orgs.). **Inovação organizacional e tecnológica.** São Paulo: Thomson Learning, 2007, p. p. 23-53.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

ZELIZER, Barbie. Going beyond Disciplinary Boundaries in the Future of Journalism Research. In.: LÖFFELHOLZ, Martin, WEAVER, David. **Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future.** Malden, MA, USA; Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2008, p. 253-266.

Josenildo Luiz Guerra. Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia. Coordena o Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicada ao Jornalismo (Qualijor), vinculado ao Laboratório de Estudos em Jornalismo (Lejor).

RECEBIDO EM: 01/05/2016 | ACEITO EM: 31/08/2016