



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LILIANE DO NASCIMENTO SANTOS FEITOZA

**Relevância jornalística:** análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de  
qualidade e *accountability*

São Cristóvão- SE

2016

LILIANE DO NASCIMENTO SANTOS FEITOZA

**Relevância jornalística:** análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e *accountability*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Josenildo Luiz Guerra

São Cristóvão - SE

2016



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM  
**ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM  
COMUNICAÇÃO UFS**

**Título do trabalho:** Relevância jornalística: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e *accountability*

**Aluna:** Liliane do Nascimento Santos

**Data da defesa:** 28-03-2016

Às 14:30 (quatorze e trinta) do dia 28 do mês março de 2016, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação da discente LILIANE DO NASCIMENTO SANTOS, denominada "Relevância jornalística: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e *accountability*", conforme o que estabelece a Resolução 60/2014/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Josenildo Luiz Guerra - orientador (PPGCOM-UFS), Carlos Eduardo Franciscato - avaliador Interno (PPGCOM-UFS) e Jefferson David Araújo Sales - avaliador Externo. Após a discente proceder à apresentação da dissertação, a banca fez os questionamentos e comentários referentes ao trabalho, os quais foram respondidos pela discente. Ao final, a banca reuniu-se reservadamente e considerou a discente Liliane do Nascimento Santos APROVADA no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS com o conceito A.

Cidade Universitária "Prof. José Aloísio de Campos", 28 de março de 2016

Prof. Dr. Josenildo Luiz Guerra - orientador (PPGCOM-UFS)

Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato - avaliador interno (PPGCOM-UFS)

Prof. Dr. Jefferson David Araújo Sales - avaliador externo (PROPADM)

Mestrado em Comunicação Social:

Prédio do DCOS, andar superior – Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos  
Av. Marechal Rondon, S/N – CEP 49.100-000 – Rosa Elze – São Cristóvão – Sergipe – Brasil  
Telefones: (79) 2105-6390 – E-mail: [mestradocomunicacao.ufs@gmail.com](mailto:mestradocomunicacao.ufs@gmail.com)

Dedico este trabalho aos meus familiares,  
amigos e a todos que contribuíram com o seu  
desenvolvimento.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Prof. orientador Josenildo Guerra, pelos ensinamentos, dedicação, incentivo e, principalmente, pelo contagiante desejo de dedicar-se à construção de um jornalismo de qualidade;

Aos professores e colegas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, pela presença e disposição ao debate;

Ao Prof. Jefferson Sales, pelos indispensáveis direcionamentos e contribuições;

Ao Prof. Carlos Eduardo Franciscato, pelas precisas considerações e pelos desafios que incentivaram a melhora do trabalho;

Aos membros do grupo de estudos e trabalho Qualijor, pelas discussões e pela partilha de objetivos;

Aos meus pais, João e Lindinalva, por tudo;

A Salviano, pelo amor manifesto na força transmitida, na compreensão e na constante priorização das minhas prioridades;

À minha família, pelo apoio, e particularmente aos meus irmãos Alexandro, Luiza e Robson e a minha prima e grade amiga Sandra;

Aos meus amigos, por me ajudar a parar e retomar as forças, em especial a Egicyane, Emily, Thais, Thulio, Saulo, Israel e Karem;

À CAPES e à FAPITEC/SE pela concessão da bolsa que possibilitou dedicação exclusiva ao exercício de pesquisa.

## RESUMO

Rotular o que é e o que não é notícia faz parte das atribuições básicas de qualquer jornalista. Por mais que estas avaliações sejam corriqueiras e hábeis ao lidar com as pressões de tempo e recursos, elas deixam de aproveitar os conhecimentos processados para refletir sobre sua própria efetividade, bem como para gerar vantagens organizacionais e instrumentos de *accountability*. Interessado na qualidade da produção jornalística, este trabalho objetiva contribuir para o desenvolvimento experimental de uma metodologia de avaliação da relevância jornalística, que, em via oposta, seja capaz de gerar dados sobre si e de instrumentalizar outros avanços. Tal metodologia encontra-se embarcada em um software de gestão da produção jornalística denominado Qualijor, que possui, entre outras estruturas, uma matriz específica para a avaliação da relevância. Devido ao período de desenvolvimento experimental do software, que já é um protótipo, a contribuição em questão diz respeito a uma experimentação da sua estrutura e a soma de algumas bases conceituais úteis para a interpretação dos dados avaliativos e para possíveis incrementos futuros. Antes de realizar a avaliação experimental a que o trabalho se propõe, todavia, é necessário aprofundar o tratamento do termo relevância, refletindo não só sobre sua definição, mas também sobre saberes que a tangenciam, destacadamente os valores-notícia, que serão apresentados como indicadores da relevância. Ainda é necessário situar a relevância, conforme definida, dentro de uma proposta de avaliação de qualidade editorial que reflita compromissos relativos à *accountability* de mídia e aproximar o requisito e o software de uma proposta de gestão do conhecimento organizacional. Quanto aos procedimentos metodológicos, dessa forma, o trabalho pode ser descrito como uma pesquisa de desenvolvimento experimental, que testa a efetividade de um protótipo através da realização de um experimento. Durante a avaliação experimental foram analisadas 180 matérias jornalísticas que ocuparam posição de destaque diversas em três importante veículo de comunicação dos meios on-line, impresso e televisivo. Em busca de perceber um incremento na geração de dados e na sistematicidade dos resultados, cada conteúdo foi submetido a dois tipos de avaliação, uma tradicionalmente realizada pelos veículos de comunicação e outra proposta pela metodologia em teste. Como resultado foi possível visualizar nas avaliações realizadas com o auxílio do Qualijor um efetivo incremento na externalização dos saberes, repercutindo não só na geração de dados, mas também no processamento mais vinculado a normas, no atendimento às demandas de *accountability* de mídia e no estímulo a uma gestão do conhecimento organizacional. Esta dissertação apresenta ainda uma definição original de relevância jornalística que começa a preencher uma lacuna da literatura dos estudos de jornalismo e ainda se soma aos resultados advindos do experimento para propor incrementos estruturais para a Matriz de Relevância.

**Palavras-chave:** relevância jornalística; valores-notícia; qualidade; *accountability*; gestão do conhecimento.

## ABSTRACT

Label what is and what is not news is part of the basic tasks of any journalist. As much as these assessments are commonplace and able to cope with the pressures of time and resources, they fail to take advantage of the knowledge processed to reflect on their own effectiveness, as well as to generate organizational advantages and accountability tools. Interested in the quality of journalistic production, this work aims to contribute to the experimental development of a methodology for evaluating the journalistic relevance which, in the opposite way, to be able to generate data about themselves and to instrumentalize other advances. Such methodology is embedded in a newspaper production management software called Qualijor, which has, among other structures, a specific matrix for assessing relevance. Due to the period of software experimental development, which is already a prototype, the contribution in question relates to a trial of its structure and adds some useful conceptual basis for the interpretation of evaluative data and possible future enhancements. Before performing the experimental evaluation that the work is proposed, however, it is necessary to deepen the treatment of term relevance, reflecting not only on its definition, but also on the knowledge that the tangent, notably the news values, which are presented as indicators relevance. It is still necessary to place the relevance, as defined, in a proposal for evaluation of editorial quality that reflects commitments to media accountability and bring the requirement and the software of an organizational knowledge management proposal. As the methodological procedures, the work can be described as an experimental research development, testing the effectiveness of a prototype by conducting an experiment. During the experimental evaluation were analyzed 180 newspaper articles that occupied several prominent position in three important communication vehicle of online, print and television media. Seeking to realize an increase in data generation and systematization of the results, each content has been subjected to two types of evaluation, traditionally held by the media and the other proposed by the test methodology. As a result it was possible to view the assessments carried out with the help of Qualijor an effective increase in the outsourcing of knowledge, reflecting not only the generation of data, but also in the linked processing the standards, in compliance with media accountability demands and stimulating the organizational knowledge management. This dissertation presenting an original definition of journalistic relevance that begins to fill a gap of journalistic literature and also adds to the results arising from the experiment to propose structural increments to the Relevance Matrix.

**Keywords:** journalistic relevance; news values; quality; accountability; knowledge management.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. JORNALISMO, RELEVÂNCIA E VALORES-NOTÍCIA.....	19
1.1. Valores-notícia como indicadores de relevância.....	19
1.2. Os estudos da relevância.....	24
1.3. A relevância de Sperber e Wilson.....	26
1.3.1. Dimensões e princípios da relevância de Sperber e Wilson.....	28
1.3.2. Críticas e aperfeiçoamentos às idias de Sperber e Wilson.....	34
1.4. Relevância Geral e Relevância Jornalística.....	39
1.4.1. Os <i>inputs</i> da comunicação jornalística.....	40
1.4.2. O contexto de processamento dos <i>inputs</i> .....	42
1.4.3. O indivíduo da comunicação jornalística.....	44
1.4.4. O esforço requerido para alcançar o efeito cognitivo positivo.....	48
1.4.5. Dimensões da relevância jornalística.....	50
2. AVALIAÇÃO DE QUALIDADE DO REQUISITO RELEVÂNCIA.....	58
2.1. Sistemas de <i>accountability</i> de mídia.....	59
2.2. Características definidoras dos meios de <i>accountability</i> .....	63
2.3. Qualidade como desafio para o jornalismo.....	67
3. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADAS AO JORNALISMO.....	72
3.1. Tecnologia da Informação (TI).....	73
3.2. Gestão do conhecimento.....	77
3.3. A gestão do conhecimento jornalístico.....	81
3.4. Matriz de Relevância enquanto recurso tecnológica.....	84
4. QUALIJOR E MATRIZ DE RELEVÂNCIA: PESQUISA DE DESENVOLVIMENTO EXPERIMENTAL E SEU TESTE.....	88
4.1. Qualijor e Matriz de Relevância, constituição.....	92
4.1.1. Qualijor.....	93
4.1.2. Matriz de Relevância.....	96
4.2. Qualijor e Matriz de Relevância, experimento.....	107
4.3. Delineamento com grupo de controle e só pós-teste.....	111
5. RESULTADOS E ANÁLISE.....	119
5.1. Valores-notícia em destaque e em defasagem.....	132
5.1.1. Atualidade.....	132
5.1.2. Interesse Público.....	134
5.1.3. Potencial Impacto Público.....	135
5.1.4. Proporcionalidade.....	136
5.1.5. Interesse Humano.....	138

5.2. Comparação e Escala Nominal .....	139
CONCLUSÕES .....	148
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	160
APÊNDICE A .....	164
APÊNDICE B.....	167
ANEXO .....	175

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma básico do processo de produção noticioso .....	41
Figura 2 - Sumarização de termos ligados à <i>accountability</i> de mídia .....	63
Figura 3 - Ciclo de vinculação entre mudanças tecnológicas e novas práticas.....	75
Figura 4 - Quatro modos de conversão do conhecimento .....	78
Figura 5 - Espiral da criação do conhecimento organizacional .....	80
Figura 6 - Fluxo dos conteúdos em uma edição .....	94
Figura 7 - Espaços de inserção das unidades informativas.....	95
Figura 8 - Exemplo de cálculo da relevância na matriz e nível 1 .....	103
Figura 9 - Campo de consulta ao <i>ranking</i> de relevância.....	105
Figura 10 - <i>Ranking</i> de relevância gerado pela Matriz de Relevância.....	105
Figura 11 - Representação esquemática do experimento.....	116
Figura 12 - Padrão de conformidade baseado no <i>ranking</i> de relevância .....	122
Figura 13 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção I .....	125
Figura 14 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção O .....	126
Figura 15 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção T .....	126
Figura 16 - Gráfico do percentual de concordância entre os <i>rankings</i> de relevância: Produção I.....	128
Figura 17 - Gráfico do percentual de concordância entre os <i>rankings</i> de relevância: Produção O .....	129
Figura 18 - Gráfico do percentual de concordância entre os <i>rankings</i> de relevância: Produção T .....	130
Figura 19 - Gráfico do percentual de concordância entre os <i>rankings</i> de relevância: Geral .....	131
Figura 20 - Capacidades úteis para organizar a medição da relevância.....	142
Figura 21 - Capacidades úteis para auxiliar a gestão do conhecimento.....	142
Figura 22 - Capacidades úteis para a reivindicação por <i>accountability</i> .....	142

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Aproximações entre a Teoria da Relevância de Sperber e Wilson e a Relevância Jornalística.....	55
Quadro 2 - Categorias e Subcategorias da Matriz de Relevância.....	101
Quadro 3 - Grau de conformidade quanto à relevância e pontuações equivalentes.....	121
Quadro 4 - Pontuação indireta de relevância.....	121

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparativo das pontuações gerais .....	120
Tabela 2 - Avaliação da relevância com base nas pontuações e nos <i>rankings</i> .....	123
Tabela 3 - Macro valor-notícia Atualidade.....	132
Tabela 4 - Macro valor-notícia Interesse Público.....	134
Tabela 5 - Macro valor-notícia Potencial Impacto Público .....	135
Tabela 6 - Macro valor-notícia Proporcionalidade .....	136
Tabela 7 - Macro valor-notícia Interesse Humano .....	139
Tabela 8 - Potencialidades requeridas para a sistematicidade de um <i>ranking</i> de relevância .....	143

## INTRODUÇÃO

No dia 26 de junho de 2015, a Suprema Corte dos Estados Unidos da América decidiu pela liberação do casamento entre pessoas do mesmo sexo. Dadas as disponibilidades tecnológicas e informacionais, minutos depois o assunto já havia chegado e ocupado com destaque as redes sociais. Instituições (a exemplo do Palácio do Planalto, da Casa Branca, da ONU, de várias organizações jornalísticas nacionais e internacionais) e pessoas comuns através de seus perfis pessoais em redes sociais manifestaram apoio à causa através de comentários ou mesmo a partir da fusão entre suas fotos ou marcas e o arco-íris, que simboliza o movimento LGBT. Ainda outras pessoas participaram do momento criticando a decisão ou expondo pontos de vista divergentes.

O significado da decisão para ativistas ligados diretamente a estas ou outras reivindicações por igualdade de direitos, bem como para simpatizantes, possui um inegável peso histórico. Mesmo tendo ocorrido em apenas um país, a representatividade deste, um dos mais influentes do mundo, ainda soma força à decisão que movimentou, como foi dito, não só opiniões favoráveis, mas ainda desdobrou conflitos ao redor do mundo entre os apoiadores e os que se opunham, por motivos diversos.

Todas as credenciais indicadas, inclusive o conflito, ajudam a compor o valor jornalístico do fato. Guiados por estas características e ainda por outras, os jornalistas visualizam no acontecimento uma temática de potencial interesse para a sua audiência e, por isso, iniciam um processo de produção que resulta na apresentação de uma notícia sobre a decisão e, por vezes, sobre seus antecedentes e implicações.

As avaliações realizadas, entretanto, não se dão isoladamente no contato entre os jornalistas e os fatos, mas incluem uma série de saberes prévios, que são de domínio dos jornalistas. Este saberes, chamados de valores-notícia, segundo a denominação de Golding e Elliott, citada por Wolf(2009), e Gans (1979), auxiliam o trabalho do jornalista não só na seleção dos fatos potencialmente relevantes para o público, mas na hierarquização dos fatos selecionados como mais ou menos relevantes.

Esta avaliação de relevância é necessária, pois nem todos os acontecimentos merecem ser processados através do fluxo de produção jornalística e também porque um fato de interesse jornalístico concorre sempre com outros fatos, precisando ser observados comparativamente. No mesmo dia em que a decisão foi tomada pela Suprema Corte

americana, por exemplo, atentados terroristas realizados ao mesmo tempo na Tunísia, no Kuwait e na França vitimaram 63 pessoas e também desdobraram inúmeras repercussões.

A novidade em torno do atentado, o drama causado pelas mortes, a quantidade de pessoas e países atingidos, entre outros, também ajudam a caracterizar este fato como relevante jornalisticamente. Dessa forma, o desafio do jornalista não é apenas identificar a relevância, mas também comparar e graduar a relevância dos conteúdos, precisando escolher, por exemplo, entre os dois fatos ocorridos no mesmo dia, aquele que merece maior destaque na edição seguinte.

Em torno da necessidade da relevância jornalística é possível visualizar não só o compromisso estabelecido pelas instituições de separar o que é relevante do que não é relevante, mas também a expectativa por parte do público de que os conteúdos veiculados em produções jornalísticas sejam, de alguma forma, relevantes para suas vidas. A garantia da relevância torna-se ainda mais crítica uma vez que a informação jornalística é muitas vezes o único recurso disponível para acompanhar os acontecimentos do país e do mundo, fazendo com que em muitas situações não seja possível confrontar a avaliação de relevância do meio de comunicação com a de outra instituição, sendo necessário confiar na qualidade da avaliação realizada pela mídia.

Atribui-se, dessa forma, à instituição jornalística a função de mediar o contato entre fatos relevantes e um público que quer ou precisa conhecer esses fatos, uma vez que eles são, em muitos momentos, necessários para compreender e para agir em situações sociais diversas. A relevância é considerada, portanto, uma característica essencial dos produtos jornalísticos, precisando ser alcançada para garantir que o jornalismo foi realizado com qualidade.

Mesmo sendo muito eficientes, diante da necessidade de selecionar e hierarquizar conteúdos, as avaliações de relevância costumam ser de pouco domínio quanto à transparência ou à justificação dos critérios adotados. Esta separação existe pois as avaliações cotidianamente realizadas são baseadas em saberes geralmente processados de forma tácita, sem ou com pouca tentativa de externalização.

O processamento tácito das avaliações de relevância não indica uma baixa qualidade, mas também não é capaz de garantir que ela seja alta. Na verdade, as informações processadas tacitamente deixam de gerar dados úteis para garantir algumas potencialidades, entre as quais estão uma medição de relevância detalhada e aberta a questionamentos, um processamento jornalístico correspondente às demandas por *accountability* de mídia e uma gestão da organização jornalística baseada em dados oriundo do processo de produção.

Neste sentido, o objetivo desta dissertação é contribuir para o desenvolvimento experimental de uma metodologia de avaliação da relevância jornalística capaz de processar tal avaliação de maneira mais sistemática e comprometida com as potencialidades descritas. A metodologia em questão encontra-se embarcada em um software de gestão da produção e de avaliação de conteúdos jornalísticos denominado Qualijor.

O software, registrado junto ao Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (Inpi) sob o número BR 51 2015 000113 2<sup>1</sup>, se orienta para a qualidade editorial através de indicadores de desempenho que devem ser registrados ao longo do processo de produção. Para avaliar especificamente a relevância jornalística, o Qualijor é dotado de uma Matriz de Relevância que auxilia o jornalista na medição deste requisito a partir da correspondência aos valores-notícia, entendidos, como será detalhado a seguir, como indicadores desta relevância.

Na atual fase de desenvolvimento, o Qualijor se apresenta como um protótipo capaz de auxiliar avaliações, bem como de por sua estrutura à prova. O contínuo incremento da ferramenta, que já passou e ainda passa por desenvolvimentos básicos e aplicados, se encontra sob os cuidados do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia (também identificado pela sigla Qualijor), grupo de estudo e trabalho desenvolvido no interior do Laboratório de Estudos em Jornalismo (Lejor) que ainda se relaciona à linha de pesquisa Produtos, Processos e Discursos Midiáticos do Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal de Sergipe.

Considerando o estágio de desenvolvimento do sistema, a contribuição com o seu desenvolvimento diz respeito a uma experimentação da sua estrutura e a uma retomada de algumas bases conceituais potencialmente úteis para incrementos futuros. Para enriquecer conceitualmente a percepção da relevância, o trabalho voltou-se para a concepção de relevância de Sperber e Wilson (2001, 2005, 2010), bem como para produções responsáveis por acrescer ou criticar à Teoria da Relevância produzida por estes autores.

O Qualijor, mesmo antes desta intenção de acréscimo, já conta com a concepção de relevância como um requisito de qualidade do produto jornalístico cujo alcance se dá através da aplicação dos valores-notícia. Com a retomada teórica pretende-se avançar em relação a estes conhecimentos desenvolvendo um conceito específico de relevância jornalística e sofisticando a percepção dos elementos que a compõem.

---

<sup>1</sup> A autora desta dissertação é coautora do Qualijor, em cujo desenvolvimento trabalhou como bolsista de iniciação científica, em testes e em reestruturações da Matriz de Relevância. Os demais autores e outras informações sobre o Qualijor serão indicados posteriormente.

Uma vez que não há, na literatura jornalística, produções dedicadas especificamente à definição e ao enriquecimento da compreensão da relevância, a primeira seção do trabalho será dedicada ao esforço de iniciar o preenchimento desta lacuna, o que será feito aproximando saberes de áreas de estudo distintas. Para pensar a relevância como um conceito amplo e geral será utilizada, como foi dito, a Teoria da Relevância de Sperber e Wilson (2001, 2005, 2010), desenvolvida por linguístas ligados à psicologia cognitiva, ao passo que para tornar esta relevância mais específica à realidade comunicacional serão somados conhecimentos próprios das teorias do jornalismo, com destaque para os estudos do *Newsmaking*.

A união destes conhecimentos, até então separados, pretende gerar conhecimentos novos, originais e intermediários, entre as duas áreas de estudo consideradas. Para o desenvolvimento constante do Qualijor, a ampliação da percepção conceitual pode ser útil para sofisticar a leitura dos resultados, bem como para sugerir ampliações futuras na ferramenta, uma vez que todo desenvolvimento experimental precisa partir de conhecimentos básicos previamente desenvolvidos (MANUAL DE FRASCATI, 2002).

Para realizar a segunda contribuição pretendida, isto é, para testar a capacidade avaliativa da ferramenta, o trabalho parte da compreensão o que é relevância (unindo os desenvolvimentos anteriores à esta dissertação e as elaborações originais desenvolvidas) e realiza ainda outros três movimentos: 1) situar o requisito relevância, conforme definido, dentro de uma proposta de avaliação de qualidade editorial que reflita compromissos relativos à *accountability* de mídia; 2) aproximar o requisito e o software de uma proposta de gestão do conhecimento organizacional; e, por fim, 3) testar a capacidade do software em questão gerar uma avaliação de relevância mais sistemática e capaz de gerar dados referentes à ação avaliativa.

O trabalho de compreender a relevância e iniciar o desenvolvimento do conceito e das implicações da relevância jornalística serão expostos no primeiro capítulo, assim como os movimentos um e dois dizem respeito aos dois capítulos seguintes. Para executar o terceiro movimento, por sua vez, serão necessários os capítulo 4 e 5. No capítulo 4, essencialmente metodológico, procura-se dar conta da constituição do Qualijor e da Matriz de Relevância, enquanto método e ferramenta, ao mesmo tempo em que são expostas as bases metodológicas da pesquisa de desenvolvimento experimental. Ainda neste capítulo, é necessário descrever a estrutura do experimento avaliativo a ser realizado, juntamente com o delineamento metodológico do que constitui um experimento.

Durante o teste serão comparados, através de um experimento, duas formas de avaliação de relevância de produtos jornalísticos. O primeiro tipo diz respeito ao processo tradicionalmente realizado pelas organizações jornalísticas, enquanto o segundo se refere a avaliação realizada utilizando o Qualijor como ferramenta e metodologia. O elemento fundamental de diferenciação entre os dois tipos de avaliação refere-se ao manuseio dos valores-notícia. Enquanto no primeiro grupo os valores são tratados de maneira tácita (TAKEUCHI; NONAKA, 2008), no segundo o Qualijor demanda que estes valores sejam tornados explícitos (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Partindo desta diferença, cuja importância será discutida a seguir, o experimento se dedicará a testar três declarações hipotéticas que relacionam a busca por sistematicidade a esta manipulação diferenciada dos valores-notícia. O experimento avaliará se a externalização dos valores-notícia torna a medição da relevância mais precisa e mais passível de comparações; se o armazenamento destes valores, após externalização, possibilita a gestão do conhecimento e estimula a inteligência organizacional; e se a externalização e o armazenamento dos valores-notícia são recursos úteis para a reivindicação por *accountability*.

Para realização do teste foram analisados, a partir das duas lógicas de avaliação mencionadas, conteúdos de três veículos de comunicação do país. A condução do experimento buscará, portanto, comparar a existência de elementos de sistematização da relevância em produtos jornalísticos, analisando a sua composição. Ainda que elementos como o processo produtivo, os jornalistas e a audiência sejam essenciais para a composição real da relevância, eles não serão focalizados diretamente no trabalho, isto é, não serão realizadas observações do processo de produção, entrevistas ou pesquisas de recepção.

O recorte estabelecido se justifica não só pelas necessidades práticas de execução da pesquisa, mas também pelo interesse prioritário no produto e pela possibilidade de acessar marcas destes outros elementos de interesse para a relevância através da observação dos materiais jornalísticos confeccionados. Mesmo sem focalizar diretamente o processo de produção, o jornalista e a audiência é possível visualizar estes elementos indiretamente a partir da observação do produto, uma vez que ele guarda as marcas do processo realizado para a sua produção, das decisões do jornalista e da audiência que os produtores esperam alcançar.

No capítulo 4, dessa forma, serão estabelecidos os procedimentos necessários para alcançar os resultados e desdobrar as análises que se encontram descritos no capítulo 5. Em conjunto, os capítulos desta dissertação propõem um olhar inovador para a relevância

jornalística, incluindo tanto a sua definição quanto a sua capacidade de gerar vantagens institucionais e organizacionais.

Quanto ao Qualijor, mesmo ainda sendo um protótipo, sua estrutura também traz vantagens inovadoras, uma vez que já na sua concepção aponta para uma forma diferenciada de produzir jornalismo. Os procedimentos práticos guiados pela ferramenta comprometem-se, desde o seu princípio, com a diminuição da separação indevida entre teoria e prática e com o entendimento de que um jornalismo de qualidade não traz apenas vantagens sociais, mas é capaz de gerar diferenciais econômicos e práticos para as organizações jornalísticas.

Ainda é preciso destacar que a presente dissertação foi realizada com apoio da CAPES e da FAPITEC/SE e que está associada ao projeto de pesquisa Gestão da qualidade em organizações jornalísticas: um panorama inicial. Este projeto desenvolve o Qualijor como um todo, incluindo outras matrizes além da de relevância, e ainda lança as bases conceituais para os desenvolvimentos realizados nas pesquisas que, como esta, se ligam e complementam o projeto geral.

# 1 JORNALISMO, RELEVÂNCIA E VALORES-NOTÍCIA

## 1.1 Valores-notícia como indicadores de relevância

Nos estudos do jornalismo, a preocupação em torno do que elege um fato para ser transformado em notícia não é recente. Na verdade, ela faz parte de um conjunto clássico de inquietações que estimula o trabalho de inúmeros pesquisadores. Esta seção discutirá uma peça fundamental diante desta preocupação, o conceito de valor-notícia, apresentando-o como um parâmetro de relevância através do qual o jornalista seleciona, hierarquiza e orienta o tratamento de fatos a serem oferecidos ao público consumidor da notícia.

Identificados a partir de muitos termos, neste trabalho tais critérios de seleção e hierarquização serão chamados de valor-notícia, incorporando a denominação de autores como Golding e Elliott, citados por Wolf (2009) e Gans (1979). Além deste termo, entretanto, estes elementos já foram identificados como critérios de escolha das notícias (ERBOLATO, 1978), atributos de relevância (CHAPARRO, 1994), valores informativos (LIPPMANN, 2010), elementos da notícia (WARREN, 1975), critérios de noticiabilidade (SHOEMAKER, 1991), entre outros.

Quanto à antiguidade e à solidez da preocupação, é possível apontar um amplo número de trabalhos ocupados em listar os assuntos ou temáticas que devem ser priorizados, conforme levantado por Silva (2005) e Santos (2014). O primeiro trabalho interessado em construir um quadro de referências a respeito do que deve ser selecionado, de acordo com Kunczik (1997), foi produzido por Tobias Peucer na Alemanha de 1690.

Depois deste enredo muitos outros surgiram acrescentando não só novos assuntos e temáticas, mas também propondo sistematizações teóricas em torno das escolhas realizadas. Mesmo sendo essenciais para uma compreensão mais densa, tais sistematizações estão em menor número. Em grande parte dos enredos de critérios de seleção há uma tendência tecnicista, isto é, sua construção costuma focalizar a observação da ação cotidianamente repetida pelo jornalista, em detrimento de uma sistematização teórica do processo e dos termos (SANTOS, 2014).

Na listagem de Fraser Bond (1962), por exemplo, o autor chega a explicitar um posicionamento que foi adotado por grande parte das pesquisas posteriores, isto é, uma exaustiva preocupação com a observação do cotidiano jornalístico, desconsiderando tanto

uma teorização dos valores e uma preocupação com a sua origem, quanto uma relação entre eles e as obrigações sociais da prática jornalística.

Desprezando a teoria e baseando, firmemente, nossa seleção no procedimento diário de diretores de jornais representativos de todo o país, podemos mencionar, no mínimo, uma dúzia de regras e princípios que regem a seleção das notícias e respondem à pergunta: “Que é notícia?” (BOND, 1962, p. 97)

O prejuízo de construir a seleção exclusivamente a partir dos procedimentos já institucionalizados, como afirma Bond no trecho acima, é consolidar um conjunto de práticas pouco refletidas ou mesmo vícios adquiridos cotidianamente; apresentando um antigo modo de produzir jornalismo como a única rotina possível. Quando construídas desta forma, listagens de como selecionar a notícia, na verdade, indicam como a notícia normalmente é selecionada, dispensando pouco esforço para entender os motivos iniciais desta seleção ou o que ela representa (SANTOS, 2014).

Na contramão desta tendência tecnicista, Golding e Elliott, conforme Wolf (2009) produziram uma das referências mais influentes para o trato teórico dos valores-notícia. Para eles, os valores funcionam não só selecionando elementos dignos de serem incluídos no produto final, mas também como linhas-guia para a apresentação do produto. Ou seja, eles continuam atuando após a seleção, à medida que auxiliam o jornalista a hierarquizar, no conjunto de informações selecionadas, as que são mais ou menos relevantes.

Os valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído [no processo de produção] (GOLDING E ELLIOTT apud WOLF, 2009, 186).

E continuam

Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operacionais redatoriais. Não é verdade que estejam para além da compreensão dos jornalistas que não seriam capazes de os articular. Na realidade, os valores-notícia estão continuamente presentes nas interações quotidianas dos jornalistas na sua cooperação profissional (GOLDING E ELLIOTT apud WOLF, 2009, 186).

Gans (1979) acrescenta que os valores-notícia não são classificações abstratas, mas critérios precisos, que podem ser aplicados com facilidade e rapidez, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão pelos jornalistas, quase que de maneira instintiva e automática. Ele ainda soma considerações sobre outras características gerais dos valores-notícia.

Por outro lado, os critérios devem ser flexíveis para poderem adaptar-se à infinita variedade de acontecimentos disponíveis; além disso, devem ser relacionáveis e

comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis. [...] Finalmente, mas não menos importante, os critérios são orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas com o mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro [Tradução própria] (GANS, 1979, p. 82).

O italiano Mauro Wolf (2009), por sua vez, soma ainda mais sistematização aos estudos dos valores-notícia.. Em *Teorias da Comunicação*, obra lançada em 1985, ele não só categoriza os valores-notícia, indicando que eles podem agir em diversos segmentos e momentos do processo produtivo, mas também é cuidadoso ao definir em separado valores-notícia e critérios de noticiabilidade, mesmo que a aplicação diferenciada destes conceitos não fique clara durante a construção do quadro de elementos do autor.

Os critérios de noticiabilidade são definidos como um “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e **gere a quantidade e o tipo** de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias” [grifo meu] (WOLF, 2009, p.195). Ao passo que os valores-notícia são apresentados como critérios de relevância. “Os valores/notícia são **critérios de relevância** espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente” [grifo meu] (WOLF, 2009, p.196).

Na construção do seu quadro de elementos, entretanto, o autor lista apenas valores-notícia. Além de não citar critérios de noticiabilidade, os valores apresentados parecem dar conta de todo o procedimento, ultrapassando a definição estabelecida. Este desencontro entre os conceitos e sua efetivação em uma lista motiva um questionamento a respeito da função precisa de cada um desses elementos na construção da notícia.

Gislene Silva (2005) auxilia a condução deste esclarecimento. Ela também considera a existência de critérios de noticiabilidade, como elementos mais amplos do que os valores-notícia, mas é mais clara na sua separação.

Apesar de agirem em diferentes momentos, na seleção primária, para a triagem, e na seleção hierárquica, como linhas guia para o tratamento das matérias, os valores-notícia devem ser definidos como as qualidades dos eventos e não “da sua construção jornalística”. Eles participam ativamente da construção noticiosa, mas a produção da notícia e sua qualidade são resultado de muitos outros critérios ou fatores de noticiabilidade (SILVA, 2005, p. 99).

Para a autora, de fato, os critérios de noticiabilidade são um conjunto mais amplo de requisitos que agem em todo o processo de produção. Enquanto os valores-notícia são parte destes critérios dedicados especificamente a reconhecer as qualidades dos acontecimentos, existindo ainda outros elementos responsáveis pelo tratamento dos fatos. Em função da necessidade de pensar as definições teóricas e a execução técnica da prática jornalística de

maneira ampla, detalhada e interdependente, o trabalho adotará a definição que individualiza os valores-notícia entre os critérios de noticiabilidade, fazendo uso das definições de Wolf (2009) e Silva (2005).

Mesmo diante das discordâncias internas, há uma evidente harmonia em todas estas definições ao apresentarem os valores-notícia como tipificações práticas, que auxiliam o trabalho do jornalista na sua relação com os fatos e acontecimentos. Para além desta questão, entretanto, este trabalho procura analisar outra dimensão da atuação do valor-notícia, relacionando-o não mais às qualidades intrínsecas ao fato, mas às expectativas do receptor da notícia, isto é, a audiência da informação jornalística (GUERRA, 2008 e 2014).

Este trabalho não desconsidera que a ação orientada pelos valores-notícia se liga aos fatos e acontecimentos, mas em última análise aponta que a constituição desses valores faz referência a uma projeção da audiência, ao que chama e prende sua atenção ou ao que é necessário para sua interação social. De forma que os valores-notícia precisam ser compreendidos a partir da sua função mediadora da relação entre os jornalistas e às expectativas, de ordem pública e privada, da audiência.

McQuail (1997) chama a atenção para a necessidade de reconhecer que o termo audiência pode ser aplicado de diferentes formas levando a significados díspares, desentendimentos e conflitos teóricos. O uso comum do termo requer, portanto, uma conceituação que esclareça sua utilização específica. No caminho desta definição ele indica a possibilidade de uma percepção dupla. "As audiências são tanto um produto de um contexto social (o que leva a interesses culturais, entendimentos e necessidades de informação comuns) quanto uma resposta a um padrão particular de fornecimento de mídia" [Traduzido] (MCQUAIL, 1997, p.2).

A partir das orientações de McQuail e da elaboração de Guerra (2008, p. 180), a audiência será concebida como um conjunto empírico e potencial, ainda que geralmente não seja diretamente observável, de receptores e consumidores da mensagem jornalística. A audiência figura, dessa forma, como um recorte em meio a um público mais geral cuja composição pode ser feita a partir de uma dimensão espacial (sendo, por exemplo, a audiência de um jornal específico os moradores da cidade em que ele é distribuído); pelas características de um grupo de pessoas (idade, gênero, posição política, etnia, entre outros); pelas especificidades de um meio/canal; pelo conteúdo da mensagem ou pelo tempo (McQuail, 1997, p.2).

Depois de compor o grupo empírico de receptores e consumidores, resta compreender suas expectativas, que aqui não farão referência apenas aos gostos desta parcela do público, mas também a uma série de necessidades ligadas às demandas da vida democrática, como será melhor trabalhado no item 1.4.3 deste capítulo. É, justamente, diante do desafio de atender à expectativa de uma diversidade de receptores, que os valores-notícia auxiliam o trabalho dos jornalistas. De acordo com Guerra (2014, p. 43), "os valores-notícia funcionam, portanto, como idealizações do espectador real, a partir dos quais os jornalistas podem supor qual é o seu interlocutor, esforçando-se para adequar a sua oferta de informações aos interesses presumidos de sua audiência".

Graças aos valores-notícia, os jornalistas não precisam se questionar longamente em toda produção de notícia sobre as preferências da audiência, podendo agir a partir de definições prévias. Assim, o trabalho concebe que os valores-notícia realmente tipificam, agilizam e orientam o tratamento dos fatos pelos jornalistas, mas considera que essa simplificação não é decorrente da identificação de características inerentes aos fatos e sim da assimilação de um conjunto de expectativas da audiência, através da qual se tenta consolidar a relação entre produtores e receptores.

Ainda neste sentido, Guerra (2008) separa os valores-notícia em dois grupos, o dos valores que já foram testados, quanto a sua função de atingir às expectativas, e o dos que ainda não o foram. O primeiro conjunto, denominado valores-notícia de referência, apresenta os valores que as organizações já cristalizaram ao longo do tempo, ao observar que determinado fato era eficaz para prender a atenção (GUERRA, 2008, p. 187). A cristalização destes valores se afirma quando são observadas as permanências entre enredos produzidos em momentos muito distintos entre si, a exemplo da lista de acontecimentos a destacar produzida por Peucer em 1690, em aproximação às listas de valores-notícia de Fraser Bond em 1962 e de Pamela Shoemaker em 1991.

Normalmente são as tipificações que, ao longo do tempo, mostraram-se eficazes para "prender a atenção" da audiência. Descobertas feitas, normalmente, através do método "tentativa e erro": uma notícia que vende jornal tende a se constituir em referência para as coberturas posteriores. Métodos mais modernos, baseados em pesquisas de opinião ou grupos focais também têm sido usados para saber o grau de satisfação da audiência com o produto apresentado (GUERRA, 2008, p. 187).

Além do grupo de valores já cristalizados pela literatura e pelo uso cotidiano, o autor destaca a existência de um conjunto de valores potenciais, em referência a expectativas de uso ainda não exploradas. "Não é razoável admitir que os valores-notícia operados pelas organizações explorem todos os contextos cognitivos possíveis das diversas audiências

também possíveis, com as suas mais diversas competências de recepção" (GUERRA, 2008, p. 187).

Ao orientar os jornalistas sobre como se adequar às expectativas do indivíduo para o qual o produto noticioso se destina, os valores-notícia passam a funcionar como indicadores da relevância jornalística (GUERRA, 2008, p. 109). Em outras palavras, a indicação das expectativas da audiência é a indicação do que é relevante para a audiência de referência.

A relevância será tomada, portanto, como um requisito relativo ao atendimento das expectativas e necessidades da audiência; e os valores-notícia, como tipificações de critérios que expressam o que é relevante. O que torna a relevância um requisito legítimo e reivindicável é a obrigação assumida pelas organizações jornalísticas de oferecer conteúdos compatíveis com as necessidades e interesses da audiência. Além das expectativas, da própria audiência, de que as notícias publicadas sejam de alguma forma importantes ou interessantes, em referência às dimensões públicas ou privada das suas vidas (GUERRA, 2008, p. 112).

Tanto os jornalistas assumem quanto a audiência espera que os assuntos que serão trabalhados em uma produção jornalística possuirão qualificações capazes de os diferenciá-los dos assuntos banais. Em meio a uma ampla quantidade e diversidade de acontecimentos cotidianos, a avaliação de relevância se apresenta como a capacidade de diferenciar os que merecem e os que não merecem serem levados ao público, por serem ou não relevantes em referência às expectativas da sua audiência.

Considerando a necessidade de aprofundar o requisito indicado e as implicações que ele tangencia, a seguir, o trabalho se dedicará a reforçar a elaboração teórica em torno do conceito de relevância, para através dela, melhor compreender os elementos fundantes que compõe a expectativa da audiência. Para isto será necessário expandir o ângulo observado, saindo do campo de estudo do jornalismo e buscando conhecimentos em outras áreas do saber.

## **1.2 Os estudos da relevância**

Os estudos da relevância cresceram e se expandiram em diversas escolas do conhecimento (GREISDORF, 2000), conferindo um caráter interdisciplinar capaz de proporcionar investigações amplas e aprofundadas. Este trabalho seguirá, principalmente, a elaboração oriunda de linguístas orientados pela psicologia cognitiva. Antes de chegar a ela,

porém, é válido chamar a atenção para concepções de relevância que surgiram em diferentes campos ao longo do tempo.

Tratando da interdisciplinaridade dos estudos de relevância, Greisdorf (2000) destaca o trabalho seminal de Alfred Schutz que mesmo tendo sido publicado em 1932, só foi reconhecido e explorado com a tradução da sua coleção de trabalhos nos anos 60. Schutz tripartiu o conceito de relevância em tópico, interpretativo e motivacional, fornecendo uma abordagem para investigar a natureza, as manifestações e os efeitos dessa função seletiva da mente.

Greisdorf (2000) ressalta ainda que durante os anos 60 um movimento emergente, ligado aos estudos da Ciência da Informação, passou a identificar a relevância como uma ferramenta para solucionar questões associadas à mensuração da eficácia dos sistemas de informação automatizados. Neste contexto, muitas definições de relevância surgiram, entre elas a de Goffman (1964) que apresenta a relevância como uma medida de informação transmitida por um documento relativo a uma consulta, ou a de Rees (1966), segundo a qual a relevância é o critério utilizado para quantificar o fenômeno envolvido quando indivíduos julgam o relacionamento, a utilidade, a importância, o grau de jogo, o ajuste, a proximidade, a conveniência, a proximidade, a pertinência, o valor ou a origem de documentos ou representações de documento a um requisito de informação, necessidade, pergunta, indicação, descrição das pesquisas, tratamento, etc.

Durante 30 anos, não surgiu nenhum substituto prático para o conceito de Rees de relevância como uma medida para a quantificação da eficácia de recuperação de informação (IR) dos sistemas. Mas a imprecisão em torno da natureza da relevância levou a confusão na identificação de critérios adequados, medidas, instrumentos de medição e metodologia (GREISDORF, 2000)

Muitos estudos voltaram-se para a aceitação ou rejeição da relevância, mas ignoraram o momento intermediário (GREISDORF, 2000, p. 1-2). Mesmo sem muita atenção aos graus de relevância, a maior parte dos pesquisadores defendem que há mais do que a oposição entre relevante e não relevante, aderindo a percepção de que existem graus de relevância. Ainda que alguns autores ainda resistam à aceitação das medidas intermediárias de relevância, tais discordâncias são mínimas.

A consideração dos graus de relevância é extremamente necessária para a proposta avaliativa deste trabalho e para tanto serão utilizados como referências principais autores que defendem esta perspectiva. Na verdade, os autores adotados, Sperber e Wilson (2001, 2005,

2010) estão entre os primeiros a chamar a atenção para a existência dos graus de relevância, mesmo não investindo muito espaço em suas obras para explorar essa vertente quantitativa.

A partir deste momento, o trabalho se voltará para a Teoria da Relevância de Sperber e Wilson e para o esforço em torno do seu desenvolvimento. Ligados aos estudos linguísticos, os autores estão interessados em utilizar a relevância para explicar a comunicação e a cognição humana retomando, para tanto, elementos da evolução biológica da espécie, como será detalhado a seguir.

### **1.3 A relevância de Sperber e Wilson**

O binômio cognição-comunicação, no qual a Teoria da Relevância (TR) de Sperber e Wilson se baseia, e que se refere ao processamento mental de inferências e ao compartilhamento destas com outros indivíduos, a torna válida para auxiliar a análise de diversos fenômenos psicológicos e comunicativos. Neste sentido, já podem ser encontradas aplicações da TR em pesquisas relativas à tradução idiomática de textos (ALVES, 2008), à jurisdição (PERNA, 2008), à publicidade (BARIN, 2001) e à comunicação radiofônica (KLÖCKNER, 2010), além de diversas aplicações à pesquisa em linguística.

Para os fins deste trabalho, a Teoria da Relevância será aproximada da comunicação jornalística, tanto numa dimensão técnica, sugerindo a utilidade da TR para a produção cotidiana de notícias, quanto numa dimensão teórica, aproximando a Teoria da Relevância de aspectos das Teorias do Jornalismo que ajudam a compreender criticamente o jornalismo das sociedades democráticas e ocidentais. Ambas as dimensões reivindicam a relevância de suas ações, mas há pouca elaboração na área em torno do termo, lacuna que tentaremos começar a preencher, com o auxílio de autores cuja produção tem elaborado, de maneira bastante sofisticada, o conceito e as aplicações da relevância.

As bases para a formação da Teoria da Relevância de Sperber e Wilson surgem com o questionamento do modelo comunicativo semiótico, no qual a comunicação é, simplificada, resultante de um processo no qual um emissor codifica uma mensagem e a envia através de um canal para um receptor capaz de decodificar o código e assim ter acesso ao conteúdo da mensagem (Eco, Fabri et al, 1965 apud WOLF, 2009).

Criticando o modelo semiótico em função da centralidade das ações de codificação e decodificação, Grice (1975) elabora um novo modelo comunicativo, denominado modelo inferencial. Para o autor, um modelo que focaliza o que está expresso no código não poderá

dar conta de todo o processo comunicativo, uma vez que ele inclui o reconhecimento de intenções que não podem ser codificadas, mas sim inferidas, tomando como guia o contexto em que se desempenha. Em outras palavras, o modelo semiótico é tido como insuficiente, uma vez que o significado linguístico decodificado apenas ajuda o receptor a inferir aquilo que se pretende transmitir.

O modelo inferencial reconhece o mérito do semiótico na explicação do processo de codificação, transmissão e decodificação, mas aponta para a existência de uma lacuna referente ao que é implícito e não foi codificado. O próprio nome do modelo já chama a atenção para a ação considerada fundamental para que a comunicação se processe: a inferência.

Nesta perspectiva, o enunciado codificado passa a ser um dos indícios que guiam a interpretação (em geral, o mais forte), mas não o único e definidor. Essa abordagem possibilita considerar que um enunciado pode implicar diversas interpretações e toma como desafio explicar como ouvintes/receptores atingem um significado específico em meio a uma possível diversidade de outros significados que poderiam ter sido atingidos.

Para Grice (1975), o significado que é alcançado na interpretação responde a um princípio de cooperação, que condiciona indivíduos participantes de um ato comunicativo a agir dentro de um limite cooperativo, e ainda a um conjunto de máximas que se referem à quantidade, à qualidade, à relevância e ao modo. "Faz a tua contribuição convencional, tal como é requerida, na fase em que ocorre, seguindo a finalidade aceite ou a direção da troca convencional em que estás a tomar parte" (GRICE, 1975, p. 45).

A discordância desta explicação motiva a separação entre os pensadores inspirados por Grice e os futuros fundadores da Teoria da Relevância. Para Sperber e Wilson (2001), as ideias de Grice estão baseadas em pressupostos poucos realistas, com destaque para a expectativa de cooperação, que negligencia o fato de que em muitas trocas comunicativas pode não existir o desejo de cooperar. Os autores concebem o processo comunicativo de maneira menos rígida e baseada não em compromissos estabelecidos, mas em um desencadeador espontâneo que conduz à relevância.

Eles assumem que a cognição humana será sempre dirigida para a maximização da relevância – como será melhor explicado no primeiro princípio da relevância, adiante – o que se deve à evolução da espécie e ao papel que a cognição desempenha nesta evolução. A compreensão da teoria exige, neste momento, uma imersão na dimensão biológica da

humanidade, que assim como qualquer outra forma de vida está subordinada a um processo evolutivo.

Partimos da suposição de que a cognição é uma função biológica e de que os mecanismos cognitivos são, em geral, adaptações. Como tais, eles são o resultado de um processo de seleção natural darwiniana (embora outras forças evolucionárias possam ter ajudado a modelá-los). Assumimos, então, que os mecanismos cognitivos evoluíram em pequenas etapas incrementadas, a maioria delas consistindo na seleção de uma variante que se desempenhou melhor do que as outras que estavam próximas. Há muitas maneiras pelas quais uma variante de um mecanismo biológico pode desempenhar-se melhor do que outras. Pode haver uma diferença qualitativa no tipo de benefícios que as diferentes variantes produzem, ou a diferença quantitativa, quando o mesmo benefício pode ser obtido com maior grau ou com menor custo energético (SPERBER; WILSON 2005, p. 182).

As pressões evolutivas, que moldaram e moldam o desenvolvimento das espécies, seriam responsáveis por estimular o desenvolvimento da cognição humana, que se tornou, dentre todas as funções biológicas, a principal vantagem competitiva da espécie. Dessa forma, a necessidade de priorizar as entradas relevantes se fundiu à cognição humana como uma necessidade de sobrevivência, atuando tanto na percepção seletiva dos estímulos e suposições quanto na sua interpretação.

Na cognição humana, como em qualquer sistema de processamento de dados, a capacidade de tratar entradas é limitada, de forma que a todo o momento as pessoas são atingidas por uma quantidade muito ampla de informações, mas não chegam a processar todas elas. A TR compreende que a cognição evoluiu ao ponto de pré-selecionar, entre todos os fenômenos e acontecimentos disponíveis à cognição, os previamente dignos de atenção, por terem mais chances de serem relevantes ou de levarem a outros estímulos relevantes, o que explica porque muitas vezes não notamos o canto de um pássaro, mas não conseguimos ignorar o toque de um aparelho celular.

Após atrelar a busca por relevância a um impulso natural e evolutivamente constituído, é preciso questionar quais estímulos são considerados relevantes pela cognição, fazendo com que os recursos da mente humana sejam direcionados para processá-los em detrimento de outros estímulos. E ainda como esta relevância pode ser definida.

### *1.3.1 Dimensões e princípios da relevância de Sperber e Wilson*

O conceito de relevância apresentado pelos autores pode ser explorado em três dimensões complementares: classificatória, comparativa e quantitativa. Na mais básica, a classificatória, a relevância é definida em torno dos efeitos cognitivos que é capaz de gerar.

"Uma suposição é relevante para um indivíduo em um dado momento se e somente se ela tem efeito cognitivo positivo em um ou mais contextos acessíveis a ele nesse momento" (SPERBER; WILSON, 2005 p. 187). Sendo o efeito cognitivo positivo uma diferença vantajosa na representação de mundo do sujeito, gerada quando um *input* se conecta a informações que já fazem parte de um repertório de informações, experiências e conhecimentos (SPERBER; WILSON, 2005, p. 223).

O termo contexto é utilizado pelos autores, e também o será nesta dissertação, como "uma construção psicológica formada por um conjunto de suposições que o ouvinte tem do mundo"<sup>2</sup> (SPERBER; WILSON, 2001, p. 45-46). Dessa forma, pode ser classificado como relevante o *input* (termo utilizado pelos autores) que ao ser somado com o contexto cognitivo do indivíduo promove uma diferença vantajosa que aperfeiçoa ou amplia a compreensão do mundo dele, chegando a estimular ações. Os efeitos gerados são de três ordens, conforme definido pelos autores: fortalecimento, revisão ou abandono e implicação contextual.

Nos efeitos de fortalecimento, os estímulos concordam com as informações de fundo, confirmando-as. Nos efeitos de revisão ou abandono, as informações novas se opõem as informações já armazenadas e a depender da intensidade das novas entradas elas podem enfraquecer ou causar o abandono da convicção anterior. O último e mais importante efeito cognitivo positivo é a implicação contextual, no qual a união entre o *input* e as informações já disponíveis gera uma terceira informação que implica na ampliação do contexto cognitivo do indivíduo (SPERBER; WILSON, 2005, p. 224).

A dimensão comparativa também define a relevância em torno da geração de efeitos cognitivos positivos, mas passa a considerar não só os efeitos, mas também os esforços requeridos. Em outras palavras, a dimensão comparativa continua privilegiando a geração de efeitos, mas acrescenta que além deles é preciso considerar os esforços que serão necessários para alcançá-los, de modo que ao lado da preocupação com a geração de efeitos máximos, existe sempre a necessidade de redução dos gastos necessários para obtê-los.

A dimensão comparativa é composta, portanto, por duas condições. A primeira destaca a relação entre relevância e efeitos. "Condição de grau 1: uma suposição é relevante para um

---

<sup>2</sup> Amplamente utilizado, o termo contexto costuma fazer referência a um conjunto de circunstâncias que se ligam a um fato e que permitem sua correta compreensão ou ainda a relação entre o texto e a situação em que ele ocorre. Neste trabalho, estas utilizações pretendem ser evitadas, em função da utilização do termo, conforme Sperber e Wilson (2001), para dar conta de um conjunto de suposições alojadas em uma construção psicológica que organiza os saberes que os indivíduos têm do mundo. Ainda em outros termos, o contexto, segundo os autores, faz referência ao conjunto de saberes armazenados pelos indivíduos e que moldam sua compreensão do mundo.

indivíduo na medida em que os efeitos contextuais positivos obtidos, quando ela é otimamente processada, são amplos" (SPERBER; WILSON, 2005 p. 187). Já a segunda chama a atenção para o esforço requerido. "Condição de grau 2: uma suposição é relevante para um indivíduo na medida em que o esforço requerido para obter esses efeitos cognitivos é pequeno" (SPERBER; WILSON, 2005 p. 187).

A dimensão quantitativa é pouco explorada pelos autores, pois foge aos seus interesses específicos de aplicação da teoria, mas ela é apresentada como uma área de exploração válida. O que a torna legítima é a indicação de que a relevância não se manifesta apenas em níveis de presença ou ausência, mas pode atingir maior ou menor grau: "intuitivamente, relevância não é uma questão de tudo ou nada, mas uma questão de graus" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 224).

Para os fins deste trabalho, ocupado em pensar a relevância jornalística, a relevância geral será tomada como uma propriedade dos *inputs* medida sempre em um determinado contexto cognitivo e que se define pela geração de efeitos para um determinado indivíduo, mas se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os esforços requeridos para alcançá-los. A busca por relevância seria, portanto, uma busca pelo desempenho eficiente da cognição em cada contexto cognitivo, precisando para tanto balancear custos e benefícios. A eficiência requerida, por sua vez, é definida em relação a uma meta, que em muitos casos é simples e absoluta, mas em outros é complexa e pouco definível (SPERBER; WILSON, 2001, p. 89-90).

Parece que a meta da cognição humana é o melhoramento do conhecimento que o indivíduo tem do mundo. Isso significa o acrescentamento de mais informações, informações que sejam mais correctas, mais facilmente recuperáveis e mais desenvolvidas em áreas de uma preocupação maior para o indivíduo (SPERBER; WILSON, 2001, p. 91).

Esta meta ainda estaria subordinada a uma meta mais geral, "a maximização da relevância da informação processada" (SPERBER; WILSON, 2001, p. 93), implicando não só que entre a geração de efeitos e a redução de esforços, a cognição privilegia a primeira (a menos que esteja em estado de exaustão), mas também a essência do primeiro Princípio da Relevância, descrito a seguir.

Tal princípio explora a relação entre a expectativa de relevância e a cognição humana. "A cognição humana tende a ser dirigida para a maximização da relevância" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 180). Esta relevância é, segundo os autores, uma propriedade dos *inputs*,

que são chamados de estímulos, quando externos ao organismo, e de suposições, quando internos, a exemplo das lembranças, imaginações ou inferências.

Quando defendemos que a cognição tende a ser dirigida para a maximização da relevância, queremos dizer que os recursos cognitivos tendem a ser alocados para o processamento dos inputs disponíveis mais relevantes, seja de fontes externas ou internas. Em outras palavras, a cognição humana tende a ser dirigida para a maximização da relevância cumulativa dos inputs que ela processa. E faz isso não por perseguir uma política de longo prazo de computação da relevância ativada com o passar do tempo, mas por arbitragens locais, objetivando ganhos incrementais entre inputs simultaneamente disponíveis competindo por recursos imediatamente disponíveis. (SPERBER; WILSON, 2005, p. 181-182)

Essa necessidade de prestar mais atenção ao que é potencialmente mais relevante se soma à capacidade comunicativa de tornar o que é enunciado mutuamente manifesto, para gerar o segundo princípio ou princípio Comunicativo da relevância. O primeiro princípio não regula as falhas, nem prediz o comportamento cognitivo do outro ser humano o suficiente para guiar a comunicação, mas fornece as bases para que o segundo princípio complemente suas limitações. Antes de chegar ao princípio comunicativo, é preciso chamar a atenção para algumas definições que lhe servem de premissa.

A Teoria da Relevância propõe uma separação entre a intenção de informar e a intenção de comunicar, indicando que a intenção informativa pretende levar alguma informação ao receptor, enquanto a intenção comunicativa pretende informar o receptor sobre a intenção informativa do emissor (SPERBER; WILSON, 2001, p. 65). De forma que a comunicação se dá quando o ouvinte reconhece a intenção do falante de dizer algo, ao passo que a informação se processa quando o que foi comunicado consegue atingir o ambiente cognitivo do ouvinte. Durante uma transmissão televisiva, por exemplo, uma interrupção da programação normal para levar um comunicado atinge, de imediato, sua função comunicativa, pois não deixa dúvidas sobre a intenção de dizer algo urgente; a intenção informativa, por sua vez, só será efetivada quando o conteúdo do comunicado for processado e compreendido pelo receptor.

Segundo a TR, a comunicação - manifestação da intenção de dizer algo - pode ser executada de duas maneiras, pelo fornecimento de uma prova direta da informação, sem necessidade de uma codificação, e pela apresentação de uma evidência direta da intenção de transmitir. O primeiro só pode ser utilizado com informações a favor das quais existem provas – como virar um copo vazio a fim de informar que a água acabou – e o segundo, denominado comunicação inferencial, pode ser utilizado para qualquer informação em torno da qual possa se manifestar a intenção de comunicar, como codificar os termos "A água acabou". Qualquer

esforço de codificação pode ser entendido como uma evidência da intenção comunicativa de um falante.

Quando a intenção da comunicação inferencial é tornada explícita nos ambientes cognitivos do emissor e do receptor ela passa a ser chamada de comunicação inferencial ostensiva. "A comunicação inferencial ostensiva consiste em tornar manifesto a um receptor a intenção de se tornar manifesto um nível básico de informação. Poderá portanto ser descrita em termos de uma intenção informativa e comunicativa" (SPERBER; WILSON, 2001, p. 100).

Concebendo a separação entre intenção informativa e intenção comunicativa e a definição de comunicação inferencial ostensiva é possível chegar ao segundo princípio ou Princípio Comunicativo da relevância, segundo o qual "cada ato de comunicação ostensiva comunica uma presunção de relevância ótima" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 180). Dito de outra forma, qualquer ato de comunicação em que a intenção de comunicar é evidente para o emissor e para o receptor, faz com que este último compreenda que o que está sendo transmitido merece atenção e que vale os gastos do processamento, investidos na intenção de interpretá-lo cognitivamente.

Ao expor, claramente, uma intenção de comunicar e de informar, o enunciador apresenta ao seu receptor certa credencial do estímulo. Esta credencial, fornecida pela cognição do falante, indica a cognição do receptor que o estímulo em questão é relevante e merece ser processado. Dessa forma, a comunicação ostensiva, do segundo princípio, direciona a busca por relevância, inerente ao indivíduo e retratada no primeiro princípio.

Precisamente, a presunção de relevância ótima foi definida pelos autores em torno de duas cláusulas que qualificam os estímulos ostensivos: "a) O estímulo ostensivo é relevante o suficiente para merecer o esforço do *destinatário* em processá-lo; b) O estímulo ostensivo é o mais relevante compatível com as habilidades e preferências do *comunicador*." (SPERBER; WILSON, 2005 p. 193). A busca pela relevância ótima molda não só o esforço de lançamento de uma inferência, mas o de interpretação da mesma. A relevância ótima não é, portanto, a maior relevância existente em um determinado contexto, mas a relevância merecedora do processamento mais compatível com os interesses e disponibilidades do receptor e do enunciador.

Sperber e Wilson (2005) não pressupõem que todo ato comunicativo se destine a ampliar o contexto cognitivo, ou seja, o conjunto de suposições que o ouvinte internaliza sobre mundo. Na verdade, consideram que, em muitas situações, existirá apenas a intenção de

ultrapassar o limite da compreensão de um enunciado ou inferência, ao passo que em outras haverá um acréscimo de esforço a fim de potencializar os efeitos cognitivos positivos gerados.

A cláusula (b) passou a conceber o direito de o falante ser preguiçoso e de querer aplicar o esforço mínimo também ao seu trabalho de comunicador. Ainda assim, o estímulo produzido pelo falante não é necessariamente aquele que minimizará os esforços, mas aquele que melhor lide com a intenção de menor esforço e de maior efeito, diante do objetivo a ser atingido. Mais adiante este ponto da discussão será retomado e relacionado à comunicação jornalística, de interesse para este trabalho.

Além de orientar a produção de enunciados e inferências, a TR ainda se propõe a explicar o procedimento de recepção. "a) Siga um caminho de menor esforço no cômputo de efeitos cognitivos: teste hipóteses interpretativas (desambiguação, resolução de referências, implicaturas, etc.) em ordem de acessibilidade; b) Pare quando suas expectativas de relevância forem satisfeitas" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 232).

O destinatário deve, portanto, seguir um caminho de menor esforço, focar a informação explícita, só depois ir a nível implícito e parar, mesmo antes disso, quando as expectativas de relevância forem satisfeitas. É razoável seguir o caminho de menor esforço, destacado pelo procedimento a), pois o comunicador, em busca da relevância ótima, deve adotar o caminho mais simples possível e também é plausível parar ao ter suas expectativas satisfeitas, pois o falante não deve colocar mais de um significado relevante em um enunciado. Ao propor um procedimento eficiente de decodificação, os autores reforçam que a busca por relevância não é um acordo estabelecido, mas uma tendência inerente à cognição humana e que interfere tanto na emissão quanto na recepção de maneira espontânea.

De maneira resumida, concebemos, portanto, a relevância como uma propriedade dos *inputs* medida sempre em um determinado contexto cognitivo e que se define pela geração de efeitos para um determinado indivíduo, mas se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os esforços requeridos para alcançá-los. Tal propriedade se subordina aos dois princípios fundamentais da relevância, que se referem ao funcionamento da cognição e da comunicação. De acordo com o primeiro princípio, "A cognição humana tende a ser dirigida para a maximização da relevância" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 180). E de acordo com o segundo, cada ato de comunicação ostensiva comunica uma presunção de relevância ótima" (SPERBER; WILSON, 2005, p. 180).

A clareza em torno destes conceitos é importante, pois, no item a seguir, estes saberes centrais e ainda outros que os tangenciam serão provocadas a partir de estudos dedicados a

criticá-los ou aperfeiçoá-los. O resultado destas provocações, unindo as definições de Sperber e Wilson (2001, 2005, 2010) às de outros autores, será então aproximada de saberes do campo de estudos do jornalismo para iniciar a percepção de uma relevância mais próxima da realidade jornalística.

### 1.3.2 Críticas e aperfeiçoamentos às ideias de Sperber e Wilson

Os estudos da Teoria da Relevância estão em constante desenvolvimento, tanto os autores centrais, Dan Sperber e Deirdre Wilson, quanto um amplo conjunto de outros pesquisadores estão ativos trazendo suas considerações no sentido de aprofundar ou questionar aspectos da teoria. Os dois princípios da relevância, por exemplo, são resultado de aperfeiçoamento, visto que a obra pioneira, *Relevance: communication and cognition*, conta apenas com um princípio, o segundo, definido como princípio comunicativo, enquanto a máxima cognitiva só foi alçada à categoria de princípio na reimpressão desta obra e nas obras posteriores.

No Brasil, pesquisadores de orientações distintas também têm se dedicado ao trabalho com a Teoria da Relevância, seja para testar seus pressupostos no contato com questões específicas, seja para refletir, negar e acrescentar conhecimento essencial às suas suposições fundantes. Dois pólos são especialmente produtivos, a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), que é o espaço de atuação de importantes pesquisadores como Jorge Campos da Costa, e a Universidade do Sul de Santa Catarina, em que atua Fabio José Rauen e na qual se desenvolve um grupo de pesquisa sobre a Teoria da Relevância no curso de mestrado em Ciências da Linguagem.

No trabalho *A teoria da relevância e as irrelevâncias da vida cotidiana*, o doutor em linguística Jorge Campos da Costa apresenta sete fenômenos comunicativos que se contrapõem aos princípios e saberes organizados pela teoria da relevância de Sperber e Wilson.

O presente artigo representa uma reflexão sobre aspectos da comunicação cotidiana que trazem certo embaraço para a intuitividade e potencial de explanação da TR. A idéia básica é a de trazer à cena exemplos de processos comunicativos que pareçam desafiar a noção central de relevância, na perspectiva em que a TR a apresenta. (COSTA, 2010, p. 162)

Entre os discursos que rompem com o esquema da relevância e por isso recebem no título a indicação de irrelevâncias da vida cotidiana, o autor cita o discurso amoroso, a conversa *light*, a cultura de massa, as perguntas e respostas, a conversa telefônica, os

cumprimentos e contatos e a navegação na internet. Serão discutidas em maior profundidade as considerações do autor a respeito da cultura de massa, mas de maneira geral os problemas levantados por ele dizem respeito às repetições e ao baixo ganho cognitivo, que segundo ele, são características destas formas de comunicação e que fazem com que elas não sejam orientadas para a melhora do contexto cognitivo.

Para o autor, o que torna a cultura de massa um desafio para a TR é, em primeiro lugar, a repetição de informações. "A mesma notícia aparece no jornal, na TV, em revistas e as pessoas a lêem diversas vezes. Por quê?"(COSTA, 2010, p. 164). Ele ainda aponta uma necessidade de 'pasteurizar' informações triviais e pouco complexas, sendo que, conteúdos mais informativos e mais complexos representariam mais benefícios. Por fim, aponta a notícia pilulada, superconcentrada, que também diminui a potência analítica ou argumentada.

A respeito da primeira questão, ele argumenta que informações já processadas pelo indivíduo passam a fazer parte de um conjunto já internalizado e, dessa forma, sua repetição não tem mais valor, por não possuir mais qualquer novidade. O que o autor não considera é que o jornal impresso, o rádio e a televisão, por exemplo, são plataformas diferentes que transmitem suas especificidades para o produto noticioso e dessa forma, um leitor de um jornal impresso que procura uma mesma temática noticiada no meio on-line ou na televisão não está acessando uma mesma notícia.

O olhar orientado pela TR para pensar na repetição no produto noticioso só pode ser válido comparando iguais. Deve-se considerar que uma informação se transforma em notícias diferentes a depender da maneira como tal informação foi tratada. Dessa forma, uma mesma pessoa pode consumir notícias sobre o mesmo fato nos três exemplos de plataformas, buscando, em cada uma, detalhes que as outras não eram capazes de suprir.

Além disso, é importante frisar que os efeitos cognitivos positivos não atuam apenas ampliando o ambiente cognitivo do receptor, mas também reforçando ou enfraquecendo uma suposição já armazenada. A repetição, neste sentido, não pode ser tachada como imediatamente irrelevante, como aprofundará Rauen (2008). Assim, retomando o exemplo anterior, o sujeito que busca consumir notícias sobre o mesmo fato em diferentes plataformas, pode ainda estar buscando reforçar suas interpretações ou checar as informações de um veículo, pondo-o à prova através de outro.

O centro da segunda crítica conduz para a conclusão do autor, segundo a qual a cognição humana não privilegia os efeitos cognitivos em detrimento dos esforços, como afirmaram Sperber e Wilson (2001). Mesmo acreditando que as pessoas tendem a ser

relevantes, para Costa, elas são dirigidas pelo baixo custo, mais do que pela busca do maior benefício (COSTA, 2010 p. 167). Ele ainda chama a atenção para a existência de outros benefícios além do "melhoramento do conhecimento que o indivíduo tem do mundo", que Sperber e Wilson (2001, p. 91) apresentam como meta da cognição humana.

Em última instância, se a noção de relevância parece perfeitamente adequada a contextos comunicativos centrados na informação objetiva, dois tipos de situação representam desafios interessantes porque problematizam a relação custo benefício: o peso do benefício emocional e a tendência à inércia como fatores que podem gerar desequilíbrios na produção e recepção de inferências relevantes caso entrem em conflito com os aspectos informativos de um determinado evento comunicativo. (COSTA, 2010, p. 167).

No ensaio intitulado *Sobre relevância e Irrelevâncias*, o também doutor em linguística Fábio José Rauen se propõe a responder aos desafios apresentados por Costa a partir de um acréscimo à Teoria da Relevância. Rauen (2008) apresenta uma abordagem alternativa, em que o princípio cognitivo de relevância mantém-se intacto, mas sob a contingência do desgaste energético do indivíduo e de um *background* de conhecimentos saturados.

A primeira reserva que o autor apresenta à Teoria da Relevância refere-se à falta de um elemento que constranja a geração de efeitos, fazendo com que sua produção cesse ou seja reduzida. Na obra que inaugura a TR, é possível encontrar fragmentos em que os autores consideram a interrupção do foco nos efeitos ("Excepto quando se encontram num estado de completa exaustão, os seres humanos acham que vale a pena raciocinar" (SPERBER; WILSON, 2001, p.200), mas estes trechos não alcançam destaque, nem se refletem na constituição dos princípios e dos conceitos-chave. A iniciativa de Rauen dá destaque a estas limitações, utilizando-as para ampliar a Teoria.

Tanto na abordagem de Sperber e Wilson (2001) quanto na de Rauen (2008), os efeitos são tomados como condições de existência da relevância e como intenção prioritária da cognição humana. Rauen explora, entretanto, o comprometimento físico necessário para alcançar os efeitos e a relação de proporcionalidade esperada, visto que um maior esforço tende a gerar maiores efeitos e um menor esforço a gerar efeitos menores. Para ele, na busca pela eficiência, a cognição tende a procurar ao mesmo tempo os maiores efeitos e os menores esforços, precisando administrar relações de equilíbrio, diferindo da perspectiva de Sperber e Wilson (2001, p. 200) para os quais a mente apenas se preocupa em evitar esforços dispensáveis.

Assim como na base de desenvolvimento da Teoria da Relevância, o autor vai em busca da constituição biológica e psicológica da cognição humana para crescer que, por mais

que o objetivo fundamental do organismo seja a otimização do efeito e não a redução do esforço, em oposição a Costa (2010), a otimização é constrangida pelo gasto energético. Por conta da limitação energética que atinge qualquer ser vivo, a cognição precisaria gerir o gasto energético, alterando o foco da relevância.

Em tese, aplicar recursivamente o princípio cognitivo implica continuamente obter informações relevantes, num estado permanente estressante de captura de informações. Tomado nesses extremos, o princípio cognitivo de relevância é intuitivamente incorreto, porque seres humanos saudáveis alteram estados tensos e distensos, onde a cognição opera aparentemente guiada ora pelos efeitos, ora pelos custos. (RAUEN, 2008, p. 40)

Rauen (2008, p. 40) salienta que os organismos são capazes de monitorar gastos de energia, de modo a bloquear desgastes excessivos, a fim de garantir a capacidade futura do indivíduo e a administração das disponibilidades energéticas que não são ilimitadas e que servem a funções que são vitais para o organismo. A fadiga e o estresse que forçam o repouso são, para o autor, o indício da necessidade corporal de economizar energia.

O acréscimo do autor não pretende invalidar o Princípio Cognitivo da Relevância, mas somar à descrição constitutiva da cognição humana, as limitações energéticas dessa cognição, que são parte necessariamente integrante e caracterizadora dos seus atributos. Assim, a cognição humana seria, conforme o princípio em discussão, dirigida para a maximização da relevância, tanto em momentos de alta disponibilidade energética, quanto de baixa, mas neste último, o esforço que o organismo permitirá realizar é menor, optando por dar conta de estímulos aparentemente irrelevantes, posto que o custo energético para os obter é compatível, como se a cognição trabalhasse em um modo de economia de energia.

A partir desta consideração central duas variáveis serão geradas, a da exaustão dos recursos cognitivos de um indivíduo e a da saturação dos estímulos salientes. A variável da exaustão funciona moderando a relação custo-benefício. "Em igualdade de condições, quanto mais exausto estiver o organismo, maior será o dispêndio de energia para compensar o efeito cognitivo, minimizando a eficiência cognitiva ou relevância de um fenômeno até um ótimo de Pareto" (RAUEN, 2008, p. 41), para além do qual os efeitos não compensam o desgaste.

A variável de exaustão gera ainda duas consequências:

a) embora, em tese, um organismo possa aumentar o custo de processamento para obter maiores efeitos cognitivos, essa estratégia tem de ser compensada por estratégias de minimização de custos, mesmo que a eficiência também seja minimizada em termos de efeitos cognitivos; b) A eficiência cognitiva em termos da otimização de efeitos cognitivos em relação ao custo de processamento é inversamente proporcional ao tempo de investimento de energia para a obtenção desses efeitos cognitivos, de forma que o aumento de custo implica aumento de

eficiência apenas em curto prazo e abaixo de um ótimo de Pareto. (RAUEN, 2008, p. 41-42).

A explicação mais precisa para o Ótimo de Pareto, vem de outra obra do autor.

Vilfredo Pareto cunhou a noção de ótimo ou eficiência de Pareto para questões econômicas. Para ele, uma situação econômica é ótima se não for possível melhorar a situação ou utilidade de um agente econômico sem degradar a situação ou utilidade de qualquer outro agente econômico. No domínio de uma variável de exaustão, num processamento cognitivo ótimo, não é possível aumentar a obtenção de efeitos cognitivos sem degradar a reserva energética do sistema cognitivo. Isso implica que o investimento em termos de custos cognitivos é constrangido por um limiar para além do qual: a) os efeitos cognitivos não compensam o investimento energético; e b) o investimento energético acima desse limiar degrada as reservas de energia do sistema. (RAUEN, 2007, p. 1020 - Rodapé 14)

A segunda variável relaciona-se ao processo de saturação e questiona a capacidade de estímulos sucessivamente repetidos continuarem sensibilizando o sistema cognitivo dos indivíduos. Esta variável remete ao indicador da novidade que assume uma posição importante na Teoria da Relevância, uma vez que a geração de efeitos cognitivos positivos se dá somando estímulos novos a um conhecimento já armazenado.

A crítica de Costa (2010, 2008), por exemplo, desafia a teoria da relevância apresentando fenômenos comunicativos em que conhecimentos já processados e armazenados, portanto repetidos ao indivíduo, continuam atraindo a cognição e, assim, sendo pressupostos como relevantes. Seguindo o mesmo procedimento da questão anterior, o autor reconhece o questionamento e busca para ele respostas que possam ser somadas à Teoria.

Para Rauen (2008), a reiteração de uma suposição não se torna automaticamente irrelevante, pois essa sucessão serve ao propósito de tornar o conhecimento internalizado mais forte. Em termos da TR um estímulo representante de um conhecimento já processado é novamente processado e se reúne a ele gerando um efeito cognitivo positivo de fortalecimento, essa repetição, entretanto, não se faz indefinidamente. "Essa repetição se faz necessária até um limiar teórico de saturação, para além do qual, uma nova repetição da mesma suposição deixa de ser saliente e é filtrada pelo organismo, posto que se torna irrelevante" (RAUEN, 2008, p. 43).

A adoção dessas variáveis é útil ao passo que permite explicar a adesão dos seres humanos a rotinas, nas quais o hábito torna a maior parte dos conhecimentos estáveis, verdadeiros e factuais, já tendo passado pelo processamento cognitivo e pela ratificação, uma vez que, por possuírem menos estímulos a processar, eles tendem a um menor gasto energético. As duas variáveis de Rauen (2008, p.45-54) explicam os sete fenômenos comunicativos de Costa (2008) e os enquadram na Teoria da Relevância acrescida.

Mais uma vez este texto se aterá à explicação do autor para a problemática da cultura de massa. O pesquisador concorda com Costa (2008) no fato de que a cultura de massa opera minimizando custos, mas discorda do autor quando ele afirma que a noção de relevância se dimensiona exclusivamente pela minimização do esforço.

Em primeiro lugar, a cultura de massa constrói produtos de fácil assimilação, uma vez que se aproximam dos eventos mais conhecidos da população. Criadas as condições de distensão, abre-se a possibilidade de se elaborarem estímulos suficientemente relevantes nesse contexto distenso, embora considerados de baixa relevância para indivíduos mais exigentes. Essa estratégia, confira-se, funciona até o limiar de saturação, para além do qual os estímulos ostensivos deixam de ultrapassar o limiar de relevância e passam a ser transparentes. (RAUEN, 2008, p. 52)

A indicação da cultura de massa como fenômeno passível de ser observado pela TR é representativa para o interesse desta pesquisa, mas ambos os trabalhos são genéricos ao tratar do fenômeno, tanto que nos dois, cultura de massa e comunicação de massa são tratados como sinônimos. Para tratar do fenômeno comunicativo e especificamente da comunicação jornalística, faltam aprofundamentos que devem aproximar os saberes da linguística, moldada pela psicologia-cognitiva, e do campo da comunicação, orientados para o jornalismo. É a esse exercício que o trabalho se dedicará a partir da próxima seção, tentando contribuir com uma discussão inicial.

#### **1.4 Relevância Geral e Relevância Jornalística**

Para comunicadores e jornalistas o termo relevância é recorrente, seja entre teóricos e acadêmicos, seja entre profissionais que executam a dimensão técnica do jornalismo durante as rotinas de produção. Para todos eles, a informação jornalística deve ser relevante, ainda que exista pouca concordância na atribuição desta relevância e ainda menos na tentativa de esmiuçar seu funcionamento na área.

Em busca de melhor compreender a relevância, este trabalho recorreu às bases da Teoria da Relevância de Sperber e Wilson (2001) e às discussões complementares que foram expostas. Depois destas dimensões amplas, de uma relevância que se aplica a qualquer estímulo ou suposição, o trabalho buscará desenvolver uma noção de relevância aplicável ao jornalismo, que não se separa da concepção mais generalizada da relevância, mas ganha certa verticalidade ao se vincular a aspectos próprios da área.

A Teoria da Relevância se sustenta em dois princípios essencialmente amplos que se referem ao funcionamento dos processos mentais e comunicativos. A amplitude e a intenção

basilar destes princípios possibilitam o diálogo fácil e rápido com muitas áreas do conhecimento. Ao passo que é acessível, esse diálogo com a teoria geral é necessariamente superficial, levando a construções genéricas. Para uma troca mais sólida é necessário trabalhar em uma construção intermediária, que além da TR se oriente pelos conhecimentos da área com a qual se pretende dialogar.

Assim, os princípios, conceitos e implicações da Teoria da Relevância serão a base para o desenvolvimento de uma relevância específica às necessidades do jornalismo. Por continuar sendo um tipo de relevância, este desenvolvimento permanecerá atento aos dois princípios da relevância propostos por Sperber e Wilson (2001); mas por voltar-se para o jornalismo também observará especificidades da prática e das teorias do jornalismo.

Um primeiro procedimento interessante para auxiliar a adaptação de um conjunto extenso de ideias para uma realidade particular é identificar no conceito de relevância geral, previamente organizado a partir dos autores principais, os aspectos de necessário detalhamento.

Partindo da compreensão de relevância como uma propriedade dos *inputs*, medida sempre em um **determinado contexto** e que se define pela geração de efeitos cognitivos positivos para um determinado **indivíduo**, mas se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os **esforços requeridos** para alcançá-los. O trabalho passará a adaptar tal conceito, a partir da busca por especificidade para os termos grifados.

Pensando, pois, na relevância jornalística, é necessário questionar: 1) quais são as entradas ou *inputs* específicos desta comunicação; 2) o que pode ser considerado como o contexto; 3) quem é o indivíduo no qual se pretende gerar efeitos; e 4) quais são os esforços que dizem respeito à geração destes efeitos. Transpor esses fatores possibilita uma aproximação de uma relevância mais específica à comunicação jornalística e abre precedentes para outras aproximações entre a Teoria da Relevância e alguns elementos das Teorias do Jornalismo.

#### *1.4.1 Os inputs da comunicação jornalística*

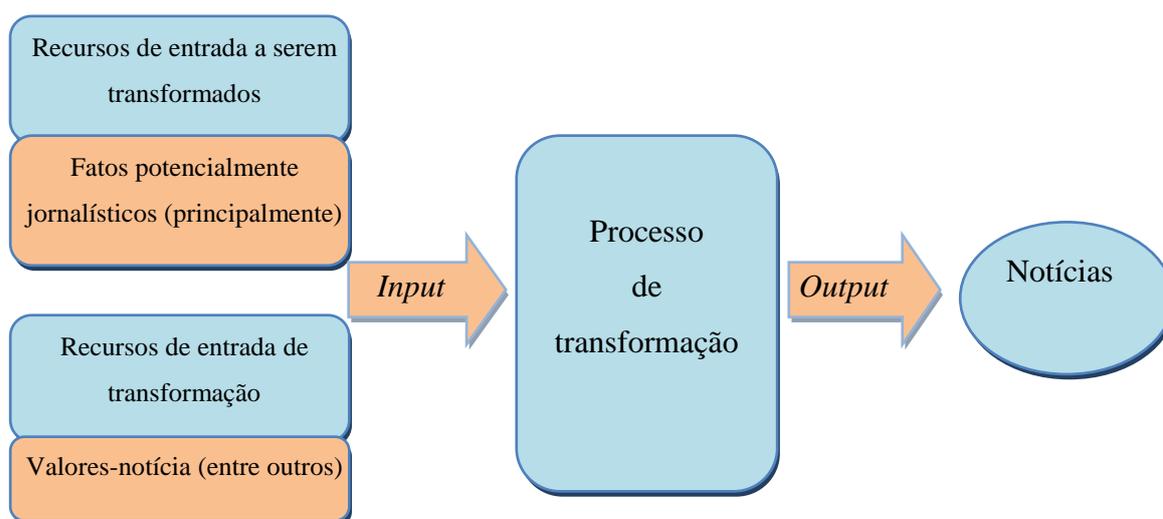
Seguindo a divisão estabelecida por Sperber e Wilson (2001), um *input* pode ser de dois tipos: interno ou externo ao indivíduo. Enquanto os primeiros são chamados pelos autores de suposições, os segundos são denominados estímulos. Concebendo que a função prática da instituição jornalística é produzir conteúdo noticioso sobre fatos e acontecimentos atuais, os principais *inputs* que movimentam esta cadeia produtiva são os fatos potencialmente

jornalísticos, sendo estímulos, ou seja, *inputs* externos aos jornalistas e que de alguma forma os atingem.

Os *inputs* internos aos jornalistas, isto é, lembranças, imaginação ou inferências também podem promover o início do processo produtivo. Entretanto, como essas suposições atuam em uma proporção infinitamente menor, os *inputs* priorizados serão os fatos e acontecimentos que chegam até a redação e que estimulam os jornalistas a reconhecer, selecionar e destacar a relevância.

Este reconhecimento, seleção e destaque, por sua vez, não são feitos de forma aleatória. Há, como já foi dito, um conjunto de valores-notícia que guiam estes processamentos. Segundo a terminologia utilizada por Slack, Chambers e Johnston (2009, p.10), poderíamos, então, dividir os recursos necessários para o processo de produção em dois grupos de *inputs*: os recursos transformados e os recursos de transformação.

É interessante notar que a utilização do termo *input* possui diferenças nas produções de Slack, Chambers e Johnston (2009) e de Sperber e Wilson (2001). Enquanto para os primeiros os *inputs* dizem respeito a qualquer recurso inicial, necessário ao processo de produção, para os segundos os *inputs* são recursos de fonte interna ou externa disponíveis para serem processados. Assim, a definição de *input* de Slack, Chambers e Johnston é mais ampla do que a de Sperber e Wilson e a inclui, uma vez que considera não só os recursos disponíveis ao processamento, ou a serem transformados, mas também os recursos necessários para realizar esta transformação. A figura abaixo resume o processo de produção das notícias, seguindo a proposição de Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 36)



**Figura 1 - Fluxograma básico do processo de produção noticioso**

*Fonte: Pesquisa empírica.*

Os recursos transformados dizem respeito aos inputs que são convertidos em algo (incluindo as suposições e os estímulos de Sperber e Wilson). Já os recursos de transformação formam um outro conjunto de inputs que agem sobre os recursos a serem transformados. Dessa forma, os fatos potencialmente jornalísticos formam os recursos que serão transformados em notícia, enquanto os valores-notícia e outros recursos (tanto materiais quanto imateriais) figuram entre os recursos necessários para realizar a transformação.

Vale acrescentar que na perspectiva do processo de recepção, quando os membros da audiência têm contato com o produto jornalístico, momento que não é o foco do trabalho, os recursos a serem transformados já não seriam os fatos potencialmente jornalísticos, mas as notícias prontas, que são o resultado do processo de produção do jornalista. Esta indicação é útil para sinalizar que no ambiente de produção e no de recepção operam processamentos distintos, nos quais há não só diferentes recursos a transformar, mas também diferentes inputs de transformação e transformadores.

#### *1.4.2. O contexto de processamento dos inputs*

A relevância de um *input* está, necessariamente, atrelada a um contexto. Em Sperber e Wilson (2001) um estímulo ou uma suposição só será relevante quando ao ser somado a um contexto cognitivo prévio for capaz de gerar algum efeito cognitivo. Por ser, essencialmente, mais complexa do que a criação e o processamento de uma sentença, a produção jornalística precisou ampliar a percepção do *input* trazida pelos autores e da mesma forma tornou-se necessário complexificar a percepção do contexto cognitivo. Na produção jornalística, o contexto cognitivo se subdivide, pedindo atenção não só para a conjectura do ambiente cognitivo do receptor, mas antes disso, para o contexto cognitivo do próprio jornalista que orienta a hipótese do primeiro contexto.

O contexto cognitivo do jornalista será formado não só pela construção psicológica que o sujeito jornalista tem individualmente, mas também pelo perfil editorial da organização em que atua e pela construção de uma identidade profissional compartilhada por um grupo de jornalistas. O que constitui uma cultura profissional e confere identidade correspondente a essa cultura.

Há, segundo Traquina (2004), um conjunto de características compartilhadas pelos jornalistas e que dão origem a uma forma particular de falar, agir e ver o mundo. "A comunidade jornalística é uma tribo e as características e ideologias dessa tribo são um fator

crucial na elaboração do produto jornalístico" (TRAQUINA, 2004, p. 126). A construção desta identidade de grupo se dá em contato com componentes organizacionais, que incluem, por exemplo, as pressões vindas da rotina produtiva. O jornalista domina, portanto, uma série de competências profissionais e ainda outras competências editoriais da organização para a qual trabalha.

Retomando o conceito de valor-notícia de Guerra (2008), quando destaca que estes valores funcionam como idealizações do espectador real, podemos indicar que os valores-notícia, presentes no contexto cognitivo profissional, orientam a seleção de inputs a serem transformados (que podem ser de origem externa ou interna), com base numa conjectura do ambiente cognitivo do receptor, e ainda moldam o seu processamento, uma vez que funcionam como inputs de transformação. Deve-se ter em mente, portanto, que o contexto cognitivo do receptor aqui indicado será sempre um contexto presumido pelo jornalista, elaborado pelos processos jornalísticos e, em função disso, componente constitutivo do contexto cognitivo dos próprios profissionais.

Sobre o contexto cognitivo dos receptores ainda é necessário esclarecer que a produção jornalística exige pensar em uma dimensão numericamente ampliada. De maneira geral, Sperber e Wilson (2001) tratam da produção de enunciados relevantes tendo como destino um único receptor, enquanto a produção jornalística necessariamente se propõe a produzir para um grupo de receptores, que será aqui chamado de audiência.

De início é interessante considerar que a Teoria da Relevância não ignora a existência de receptores múltiplos, ainda que não a aprofunde. Ao tratar de uma comunicação feita para destinatários desconhecidos, os autores utilizam como exemplo a comunicação radiofônica e orientam o seguinte processamento, "A pessoa que comunica está assim a comunicar a sua presunção de relevância a quem quer que esteja disposto a pensar nessa comunicação" (SPERBER; WILSON, 2001, p. 243).

Guiando-se pelas necessidades informativas da população ou de um grupo específico, o jornalismo não poderia ser feito para "quem quer que seja", mas precisaria presumir essa relevância de maneira mais coerente e compatível com a sua função e com os elementos que legitimam sua existência (GUERRA, 2014). Os jornalistas têm como desafio, dessa forma, sair de um ambiente de presunção de relevância individual, em direção a ambientes coletivos e públicos.

A presunção de um contexto cognitivo individual é a expectativa do conjunto de suposições que formam a visão de mundo e com isso os gostos e interesses de um indivíduo.

A presunção de um contexto cognitivo comum a uma coletividade, por sua vez, considera um conjunto de suposições compartilhadas por sujeitos e que levam a um interesse semelhante por um ou alguns *inputs*. Há, na coletividade, uma quantidade razoável de sujeitos que compartilha visões de mundo, gostos e interesses e que se une em uma coletividade justamente através destas características comuns.

A presunção de um contexto cognitivo comum a qualquer sujeito é ainda mais complexa, pois procura dar conta dos ambientes cognitivos de uma infinidade de pessoas que possuem contextos cognitivos muito distintos entre si. Neste caso, a aproximação desse grupo tão diverso não será feita pelo do gosto, uma vez que não é possível apontar um gosto geral, mas pelas necessidades comuns a estes sujeitos. Essa separação será enriquecida a seguir, diante das noções de audiência e público.

#### *1.4.3 O indivíduo da comunicação jornalística*

Torna-se necessário definir neste momento e no âmbito do trabalho quem é o indivíduo dotado de um contexto cognitivo no qual a relevância jornalística pretende gerar efeitos cognitivos positivos. Tal definição encontra dois complicadores fundamentais, ambos já apontados. O primeiro, e mais óbvio, diz respeito à variedade de receptores reais para os quais a comunicação jornalística se destina, uma vez que ela se localiza na esfera da comunicação de massa. O segundo, e mais polêmico, diz respeito à presunção dos ambientes cognitivos, desejos e necessidades destes indivíduos.

Ser uma forma de comunicação de massa não implica que a comunicação jornalística se destine a uma audiência ampla e indiferenciada. Na verdade, Thompson (1995) esclarece que a caracterização de uma comunicação como de massa não se deve a proporção de pessoas que recebem o produto, mas a acessibilidade ou abertura destes produtos a receptores ativos e muito diferenciados entre si.

Como todo produto comunicativo é um texto e todo texto é um fenômeno incompleto, que precisa do destinatário para se completar (ECO, 1993, p. 77), para adquirir significado os produtos jornalísticos precisam contar com a participação dos seus receptores. Assim, produzir um texto, bem como um produto comunicativo, é formular uma estratégia que inclui, como toda estratégia, a previsão do movimento do outro (ECO, 1993, p. 79), havendo a necessidade de fabricar o modelo do sujeito que a estratégia deseja alcançar.

Para tanto, o estrategista textual irá supor a existência de um leitor modelo possuidor de certas competências que lhe permitem acessar o texto. A composição deste leitor inclui o conhecimento de certo idioma, de regras gramaticais, de um patrimônio cultural e social mediano (levando o autor a acreditar que ele será capaz de compreender o sentido de jargões ou outros fenômenos de conhecimento geral), além de possíveis marcas de gênero, faixa etária e localização geográfica, entre outros (ECO, 1993, p. 80). Na verdade, além de projetar características do leitor, a construção do leitor modelo projeta interesses que ele supostamente possui.

O leitor modelo é, portanto, uma idealização de um receptor e de suas capacidades, que guia o comunicador na seleção dos *inputs* e no recorte contextual. O autor não produz para qualquer um, nem para ninguém, há na verdade uma tentativa de produzir para um leitor específico ou para um grupo característico, o que se tenta atingir privilegiando interesses e competências que se espera próprios do leitor específico ou compartilhado pela maioria dos sujeitos que compõem o grupo de leitores. Sendo possível supor que quanto mais amplo for o conjunto de pessoas que se deseja atingir, mais difícil será a idealização de características e interesses comuns para construção deste leitor modelo.

A composição dos leitores e das estratégias pode, obviamente, ser falha e perigosa para o autor. Além disso, Eco (1993) pontua que a idealização não é uma estratégia de precisão, uma vez que os leitores não são seres que, necessariamente, reagirão como esperado e que, dessa forma, a existência de uma imagem de leitor modelo não implica garantia de obediência às previsões de quem escreve. Ainda assim, a construção de um leitor modelo é necessária para a composição do texto e é através dela que o emissor pode defender a relevância da sua produção.

Na formulação deste leitor modelo, o jornalismo encontra ainda complicadores, uma vez que, neste indivíduo idealizado competem duas lógicas que operam ao mesmo tempo, a do indivíduo como consumidor e como cidadão. A definição de leitor-modelo funcionará, então, como um passo na direção de categorias mais específicas à produção jornalística, audiência e público.

Diante desta separação, Zylbersztajn (2008) cita Raboy, Abramson, Proulx e Welters, ao tratar da existência de duas redes de relações: mídia-cidadania e mídia-audiência, fazendo com que haja uma radical separação entre as esferas pública e privada. Ela ressalta que a lógica do mercado trata os usuários como consumidores, enfatizando suas necessidades de consumidor e tendendo a esconder a possibilidade de o usuário ter outras necessidades, que o

mercado não quer ou não pode fornecer, enquanto mídia-audiência (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.50).

Neste âmbito a mídia-cidadania se propõe a atuar como um corretivo da separação entre o público e o privado ao reintroduzir a cidadania nas práticas da mídia (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.50). Para evitar que a concepção do receptor se atenha somente às considerações econômicas ou mercadológicas, Marc Raboy, Serge Proulx e Peter Dahlgren, novamente citados, desenvolveram o conceito de “demanda social”.

O diagnóstico da “demanda social” provém dos esforços de grupos sociais e culturais para influenciar a direção das políticas de mídia. Os autores afirmam que as pesquisas industriais de audiência são quantitativas e orientadas pelas considerações mercadológicas e não são capazes de diagnosticar essa demanda. Assim, faz-se necessário que outros mecanismos sejam desenvolvidos, a fim de que a demanda social seja considerada no processo de criação de políticas de mídia.

Nesse sentido, as políticas públicas de comunicação devem prover uma estrutura normativa de legislação e regulação que vise a satisfazer a demanda social. Para isso, é necessário posicionar os usuários como atores sociais, ao invés de simples consumidores (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.50-51).

Uma perspectiva que considere que a informação jornalística deve se destinar a cidadãos, se sustenta em bases legais e constitucionais de referência nacional e internacional. A Constituição Federal Brasileira de 1988, no capítulo primeiro, inciso XIV, do artigo 5º, assegura a todos os cidadãos brasileiros o direito ao acesso à informação, bem como o sigilo da fonte, quando necessário, apresentando-o como um direito e garantia fundamental. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, abraçada pela Assembleia Geral da ONU em 1948, também instituiu, no artigo 19º, o direito à liberdade de expressão e de informação: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (ONU, 1948).

Esta perspectiva implica, portanto, que a comunicação social deve zelar pela execução desses direitos, bem como colaborar para a efetivação dos demais Direitos Humanos, uma vez que eles formam um todo indivisível na garantia da dignidade humana. Dito de outra forma, apreciar a informação como direito que serve para que os cidadãos possam executar sua cidadania e, antes disso, para que os humanos sejam tratados como tal, coloca a ação da comunicação social, e dessa forma do jornalismo, a serviço desses valores democráticos.

Esse dever de zelar pela democracia, que por essa perspectiva não é apenas da imprensa pública e estatal, mas também da privada, se reflete no tipo de conteúdos que devem ser privilegiados. Destacadamente,

I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; IV – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, Capítulo V, Art. 221).

O receptor da informação jornalística, enquadrado como público, forma um conjunto muito amplo de sujeitos muito distintos entre si, mas unidos por um conjunto de direitos e deveres formadores de uma demanda social. Ainda que as organizações jornalísticas possuam a destacada função social em relação ao público, sua atuação cotidiana não se destina para este, mas para um grupo menor e menos diverso, recortado do público geral e denominado audiência, que conforme destacado anteriormente é

o conjunto de receptores e consumidores empíricos e potenciais da mensagem jornalística produzida por uma determinada organização. É importante destacar, contudo, que essa relação entre organização e audiência não é de mão única: A organização não determina unilateralmente a temática para a audiência, nem vice-versa. Ocorre aí um processo de acomodação contínua e recíproca entre a oferta da organização e a expectativa, cujos objetivos são evitar a perda da identidade entre ambas, o que fatalmente abalaria a comunicação entre elas (GUERRA, 2008, p. 180).

Assim, para destinar sua ação para a audiência, as organizações jornalísticas devem considerar tanto os interesses conhecidos e presumidos dos receptores e consumidores empíricos e potenciais quanto suas próprias pretensões editoriais. Este conjunto de interesses e pretensões podem ser a base para a definição de valores-notícia de referência e potenciais, utilizando a denominação de Guerra (2008). Como os demais, estes valores funcionariam revelando preferências e transformando-as em recomendações práticas para a realização, sendo que neste caso sua efetividade ainda precisaria ser posta a prova.

A posição que pretendemos adotar para definir o sujeito da informação jornalística não desconsidera nenhuma das perspectivas expostas. Assim sendo, a seleção de fatos jornalísticos capazes de gerar efeitos cognitivos positivos será oferecida a um indivíduo, tomado ao mesmo tempo em uma dimensão de audiência (conjunto de indivíduos que compartilham gostos, preferências e interesses) e de público (totalidade de indivíduos de uma sociedade, que abarcam inclusive as audiências, pensada a partir da demanda social, isto é, dos direitos e deveres próprios da condição de cidadania que caracteriza cada um). Essas duas categorias procuram dar conta tanto de uma demanda social correspondente com as responsabilidades da mídia diante das sociedades democráticas; quanto de demandas empresariais, mercadológicas e de reconhecimento do interlocutor direto e potencial.

#### 1.4.4 O esforço requerido para alcançar o efeito cognitivo positivo

O último termo a ajustar também precisa ser detalhado em mais de uma dimensão. Na definição comparativa da relevância, Sperber e Wilson (2005) indicam que além dos efeitos, a relevância sofre influência dos esforços, de modo que uma suposição é relevante à medida que os esforços requeridos para alcançar os efeitos sejam pequenos. Ainda que a tendência imediata, retirada do conceito, seja considerar os efeitos e os esforços dos receptores, é preciso abrir margem para pensar nos esforços empreendidos pelo produtor do estímulo.

No conceito de relevância ótima este acréscimo é permitido, uma vez que os autores creditam aos enunciadores a presunção da relevância ótima, deixando a cargo deles definir o equilíbrio entre a redução de esforços e de maximização de efeitos. Definição que considera tanto os esforços que serão necessários para a recepção quanto os exigidos para a produção.

Um comunicador pode bem estar disposto a tentar minimizar o esforço do destinatário, desde que isso o faça mais provavelmente prestar atenção a seu estímulo ostensivo e tenha sucesso em compreendê-lo. Até, por toda sorte de razões, o estímulo particular que ele produz pode não ser aquele que minimizaria absolutamente o esforço do destinatário. Em primeiro lugar, há o próprio esforço do comunicador a considerar. (SPERBER; WILSON, 2005, p. 190).

Ponderando que a função do jornalista é alcançar o receptor tanto em um nível comunicativo quanto informativo, é comum que o seu esforço de produção seja aumentado, a fim de simplificar o do receptor. Em muitas situações, por estar entre a fonte especializada ou um público que possui apenas um conhecimento superficial, por exemplo, o jornalista precisa empregar um grande esforço no sentido de “traduzir” informações complexas, tornando-as acessíveis a uma pluralidade de receptores.

Classificando a informação como insumo necessário à orientação, à prosperidade, à manutenção de papéis sociais e até mesmo à sobrevivência das pessoas nas sociedades industriais maduras, Lage (1999) chama a atenção para o papel do jornalista como “tradutor dos discursos políticos, culturais e técnicos que logo se transformam em diretrizes, produtos e métodos de uso universal” (LAGE, 1999, p. 44). O jornalista atua, dessa forma, como um “prestador de serviço” que permite acompanhar um conjunto de fatos complexos ao traduzi-los em uma informação visível e discutível.

Por outro lado, os estudos do *Newsmaking* apontam para o estabelecimento de rotinas produtivas que limitam a amplitude da informação (reduzindo provavelmente os efeitos cognitivos positivos que poderiam ser alcançados), mas reduzem também o esforço do

jornalista, uma vez que conferem a ele uma oportunidade antecipadamente revelada e uma garantia maior de produtividade, credibilidade e respeitabilidade, em relação às fontes e ao material recolhido (WOLF, 2009, p. 225).

O surgimento de tais rotinas diz respeito a pressões com as quais os jornalistas precisam lidar todos os dias, com destaque para a escassez de tempo e de meios. Para além de um modo corriqueiro de cobrir os fatos, entretanto, essas rotinas e suas fontes se enraizaram profundamente no *modus operandi* do jornalismo (WOLF, 2009, p. 218).

Dessa forma, em algumas situações o jornalista aumentará o esforço realizado a fim de alcançar maior relevância através da redução de esforços no receptor, em outros o esforço do próprio jornalista será reduzido em função de outras demandas do processo produtivo, como os prazos e recursos disponíveis de produção. Assim, limitado pela variável da exaustão (RAUEN, 2008), embora o jornalista possa aumentar seu esforço de processamento para reduzir o do receptor, ele o faz dentro de uma estratégia de minimização dos esforços que não permite comprometer prazos ou recursos. É justamente no equilíbrio entre a geração de efeitos e os esforços requeridos que o jornalista irá operar sua avaliação dos fatos disponíveis.

Ainda seguindo o raciocínio, presume-se que a produção do conteúdo, bem como a recepção funcionará a partir da alternância entre redução de esforço e aumento de efeitos, que permite não só a economia de energia dos jornalistas e da audiência, mas também a exequibilidade do fazer. Não é realista esperar que um jornalista seja capaz de produzir três matérias aprofundadas, amplas e dignas de prêmios jornalísticos em um único dia. É mais sensato esperar que ao exigir dele uma grande variedade de materiais, a maior parte seja pontual e rápida, já adaptada à redução de esforços da rotina produtiva. Mesmo essas matérias se dirigem para a relevância, ainda que focalizando a redução de esforços, em detrimento da geração de efeitos.

Da mesma forma, a cognição do receptor não pode ser alimentada apenas por notícias duras, complexas, que ampliem o seu potencial cognitivo, a exemplo das *hardnews*. É preciso desenvolver um olhar sério para as notícias que assumem o papel de se guiar para a maximização da relevância em um momento distenso, através da economia de energia.

Na dimensão dos esforços serão considerados, portanto, os esforços do receptor para acessar a um conteúdo, assim como os esforços requeridos para que os jornalistas o produzam. A alteração dos quatro termos destacados leva a uma definição mais próxima do que será chamado de relevância jornalística.

A relevância jornalística será concebida como uma propriedade dos **fatos potencialmente jornalísticos, identificados através dos valores-notícia**, e que se mede sempre em relação ao **contexto cognitivo do profissional do jornalismo, cujos saberes tipificados ajudam a suportar os contextos cognitivos dos receptores**; a relevância jornalística se define pelo objetivo ou pretensão de gerar efeitos cognitivos positivos para um conjunto de **indivíduos que são ao mesmo tempo membros da audiência e do público**, mas se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os **esforços requeridos tanto aos produtores quanto aos receptores do produto noticioso**.

A adaptação desses termos começa a esclarecer as condições de atuação de uma relevância específica da comunicação jornalística. Tendo claros os elementos desta adaptação, o trabalho tentará enriquecer a compreensão da relevância jornalística a partir da ampliação de conhecimentos e relações próximas, tendo como guia o desenvolvimento da própria Teoria da Relevância exposta.

De início, o trabalho tentará explorar as dimensões da relevância jornalística e a partir dela a relação com os valores-notícia e os critérios organizacionais, além da possibilidade de quantificar e medir esta relevância. Em seguida, o foco passará para a geração de efeitos, que assim como na relevância geral é condição de existência da relevância jornalística.

#### *1.4.5 Dimensões da relevância jornalística*

Na primeira dimensão da relevância jornalística ou dimensão classificatória são considerados relevantes os fatos jornalísticos que atendem ao primeiro e inevitável compromisso da relevância, gerar efeitos cognitivos positivos a uma audiência. A finalidade classificatória desta dimensão faz com que ela defina relevância a partir da sua característica prioritária, que nas dimensões seguintes será acompanhada de outras características, mas nunca desconsiderada. Em outras palavras, a condição de existência da relevância jornalística é sempre a capacidade de gerar efeitos na audiência.

Se é através dos valores-notícia que o comunicador tenta alcançar os interesses dos seus receptores e assim merecer o esforço da atenção, da decodificação e da inferência do material, pode-se indicar que os valores-notícia funcionam como guias na geração destes efeitos cognitivos positivos. É através deles que o jornalista internaliza e, em seguida, procura externalizar, na sua produção, o que compreende como relevante para a sua audiência.

Em outras palavras, para que um fato seja considerado jornalisticamente relevante é imprescindível que desperte interesse a uma audiência, de forma que sem o interesse, tipificado nos valores-notícia, a relevância jornalística não existe. “Só é notícia o relato que projeta interesse, desperta interesse ou responde a interesses” (CHAPARRO, 1994, p. 119). Nesta primeira dimensão é possível definir que a relevância jornalística é a capacidade, sinalizada pelos valores-notícia, de um fato potencialmente jornalístico gerar efeitos cognitivos positivos em uma audiência, tanto na sua dimensão pública quanto na privada.

Como além da geração de efeitos a produção de uma notícia relevante precisa considerar demandas práticas e a concorrência entre vários fatos potencialmente relevantes, estas demandas ampliam a definição classificativa em direção à segunda dimensão ou dimensão comparativa da relevância jornalística. Nesta, a intenção de gerar efeitos é acompanhada pela necessidade de regular o esforço necessário para alcançá-los.

Enquanto os valores-notícia procuram orientar a geração de efeitos, focalizando o que é necessário em primeira instância para alcançar relevância, são necessárias outras estruturas que busquem a relevância com foco na redução de esforços. Para desempenhar esta função, orientada pelas rotinas, demandas e disponibilidades de cada organização jornalística específica, Guerra (2014) destaca a existência de um conjunto de **critérios organizacionais**, referentes à exequibilidade do processo de produção da notícia.

Retomando o conceito de critérios de noticiabilidade como o “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e **gere a quantidade e o tipo** de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias” [grifo meu] (WOLF, 2009, p.195), inferimos que estes se constituem pela atuação conjunta dos valores-notícia (em busca de efeitos) e dos critérios organizacionais (em busca da minimização dos esforços). Com base neste conjunto de saberes, chegou-se ao ponto de estabelecer uma relação entre a noticiabilidade, aferida pelos critérios de noticiabilidade, e a dimensão comparativa da relevância, indicando que a noticiabilidade funciona como a dimensão jornalística da relevância comparativa.

Tanto a noticiabilidade quanto esta dimensão da relevância são grandezas definidas positivamente, isto é, pela busca de qualidades, mas respondem a pressões que limitam tal busca em torno de uma economia necessária. Assim como a relevância se define pela geração de efeitos e se gradua pela relação entre os efeitos gerados e a redução possível de esforços, a noticiabilidade se define pela geração de efeitos, aferidos pela correspondência aos valores-notícia, e se gradua pela relação entre os valores reconhecidos e a redução de esforços

necessários tanto ao produtor quanto à audiência, organizada através dos critérios organizacionais.

Da mesma forma que a Relevância comparativa conduz para o conceito de Relevância ótima, obtida pelo melhor equilíbrio possível entre geração de efeitos e esforço, compreende-se que também é possível atingir o conceito de noticiabilidade ótima, fazendo referência à melhor noticiabilidade possível de ser alcançada, através da relação relevância jornalística básica e condições de operação definidas pelos critérios organizacionais. Seguindo a orientação da TR, é possível afirmar que uma noticiabilidade será ótima, na perspectiva da produção, quando o fato que a motiva merece o esforço do processamento pela equipe jornalística e quando ele for o fato que melhor se compatibiliza com os valores-notícia de referência da organização e de seu projeto editorial.

De maneira detalhada, é possível considerar a atuação da relevância jornalística em dois momentos: o primeiro faz referência a uma relevância proposta, que considera os efeitos nos jornalistas e os esforços de produção, que resultará no conjunto de notícias selecionadas e hierarquizadas, dando conta da agenda jornalística. Ao passo que o segundo momento dá conta da agenda da audiência e da agenda pública e considera os efeitos na audiência e o seu esforço empreendido para a interpretação. Neste trabalho, a relevância manipulada é a relevância proposta, ainda que sem ignorar o grande desafio jornalístico diante desta separação real, fazer coincidir a sua relevância proposta com a relevância percebida pela audiência

A terceira dimensão a considerar para a relevância jornalística, a relevância quantitativa, pode ser contabilizada tanto diante da geração de efeitos isoladamente, quanto da relação entre efeitos e esforços, salientando que, em ambas, a relevância jornalística pode variar em intensidade. Para uma relevância básica, que se dá apenas pela geração de efeitos, é possível afirmar, retomando Golding e Elliott, citados por Wolf (2009), que quanto mais um acontecimento exibir valores-notícias e quanto mais intensos forem eles, mais relevante será o fato e maior será a sua chance de ser incluído no processo de produção que o transformaria em notícia.

Já para a noticiabilidade, ou relevância jornalística comparativa, a quantificação considera não só o número e a intensidade dos valores-notícia em um fato, mas também a oportunidade de outros fatos, que por vezes podem demandar menores esforços. Nesta quantificação, são avaliados conjuntamente os maiores efeitos e os menores gastos de tempo, esforço e dinheiro.

Para melhor equacionar a relação entre o aumento dos efeitos e a redução dos esforços é útil retomar a variável da exaustão desenvolvida por Rauén (2008). Para ele, o foco da relevância está na geração de efeitos, o que não invalida o desgaste energético dos produtores e receptores da informação. Transpondo esta variável para o jornalismo, seria possível indicar que embora a audiência e os produtores possam aumentar os seus esforços no processamento ou na sua produção de uma notícia, respectivamente, a fim de alcançar um efeito maior, esse aumento não acontece indefinidamente, mas abaixo de um limiar de exaustão, para além do qual o cansaço não compensaria qualquer esforço.

Considerando a existência deste limite cognitivo para alcançar eficiência comunicativa, os produtores não podem oferecer ao público notícias que demandem um esforço de processamento sempre muito alto, mas equilibrar a produção entre momentos tensos e distensos, tornando-se compatível com o funcionamento da cognição humana e aumentando as chances de alcançar relevância junto à audiência.

Pela variável de exaustão, que funciona moderando a relação custo-benefício, quanto mais cansado estiver um indivíduo maior será o desgaste necessário para alcançar um efeito cognitivo. Fazendo com que o aumento do esforço possa diminuir a relevância de uma notícia ou até eliminá-la momentaneamente para aquele indivíduo. De forma que uma notícia complexa ou sobre um tema complexo pode perder relevância pelo esforço demandado, implicando a necessidade de conteúdos distensos para balancear a busca por noticiabilidade. A máxima da exaustão também deverá ser aplicada ao esforço do produtor (tanto o esforço cognitivo, quanto o esforço prático) respeitando a exaustão física, de raciocínio, de tempo e até de materiais.

Assim como as dimensões da relevância jornalística se compatibilizaram com as dimensões da relevância geral, a geração de efeitos, necessária para que uma notícia possa ser denominada relevante, segue a divisão apontada por Sperber e Wilson (2001), podendo ser de três tipos, efeitos de fortalecimento, de revisão ou abandono e de implicação contextual.

Uma notícia que reafirma informações que já são de conhecimento da audiência tenderá a gerar efeitos de fortalecimento, isto é, os conhecimentos prévios serão reforçados até um limite de saturação (RAUEN, 2008), em que a repetição de conhecimento não gerará mais um interesse de processamento por parte da audiência. Em notícias que tratam do aumento das vendas no período natalino, por exemplo, é fortalecida a compreensão de que estes períodos trazem benefícios econômicos por aquecerem as vendas, mas estas notícias não

permitem muitas repetições em uma mesma organização sob o risco de saturar sua audiência com informações repetidas.

Por sua vez, as notícias que se opõem a um conhecimento já internalizado pela audiência deverão provocar um questionamento da certeza anterior, que será mais ou menos intenso a depender da força da convicção prévia e do estímulo trazido pelo fato novo. Este tipo de efeito encontra certa correspondência em listagens de valores-notícia, como aos valores inversão, curioso e inusitado, que se caracterizam justamente por uma ruptura com o que é esperado, mas além deles, este efeito é gerado por qualquer notícia que em alguma medida abala convicções.

O terceiro tipo de efeito cognitivo positivo que pode ser gerado vem de conteúdos que ao serem somados com os conhecimentos de fundo da audiência geram novos conhecimentos implicados desta soma. Este efeito é gerado, por exemplo, quando uma notícia traz uma informação sobre a conduta de determinado político e com base em conhecimentos de fundo que diagnostica o que é uma boa e uma má conduta, o membro da audiência não só forma opinião sobre o sujeito, mas também movimenta potenciais ações como não votar mais nele ou organizar uma manifestação como sinal de protesto.

Na descrição dos efeitos, os autores já apontam para o terceiro tipo como o mais importante, ao passo que em análises de outros autores, como em Rauen (2008), o primeiro tipo de efeito é apresentado como se estivesse na iminência de perder a relevância, se ultrapassado um limiar de saturação. Assim é possível estabelecer uma hierarquia decrescente de importância entre os efeitos, partindo dos efeitos de implicação contextual, passando pelos efeitos de revisão ou abandono, até chegar aos menos importantes, os efeitos de fortalecimento. Esta hierarquia de efeitos instrumentaliza a percepção de que notícias que retomam fatos já conhecidos, sem novidades, tendem a ser menos relevantes do que aquelas que trazem uma contradição, negando o conhecimento posto, mas ambas são menos relevantes do que aquelas que tendem a gerar uma modificação na compreensão de mundo da audiência.

Para consolidar a aproximação entre a relevância geral e a relevância jornalística, os pontos de aproximação já expostos durante o texto serão destacados, a seguir, em um quadro. Além dos conceitos abaixo, ainda outros poderiam ser aproximados e utilizados para a comunicação jornalística, sendo estes os mais compatíveis com os interesses do exercício experimental que será realizado mais adiante nesta dissertação.

QUADRO 1 – Aproximações entre a Teoria da Relevância de Sperber e Wilson e a Relevância Jornalística

<b>Teoria da Relevância</b>	<b>Relevância Jornalística</b>
A relevância é uma propriedade dos <b><u>inputs</u></b> , que são chamados de estímulos se forem externos e de suposições se forem internos.	A relevância jornalística será concebida como uma propriedade dos <b><u> fatos potencialmente jornalísticos, selecionados através dos valores-notícia.</u></b>
A relevância é medida sempre em relação um <b><u>determinado contexto prévio.</u></b>	A relevância jornalística mede-se sempre em relação ao <b><u>contexto cognitivo do profissional do jornalismo, cujos saberes tipificados presumem os contextos cognitivos dos receptores.</u></b>
A relevância se define pela geração de efeitos cognitivos positivos para um determinado <b><u>indivíduo.</u></b>	A relevância jornalística se define pela geração de efeitos cognitivos positivos para um conjunto de <b><u>indivíduos, que são ao mesmo tempo membros da audiência e do público.</u></b>
A relevância se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os <b><u>esforços requeridos</u></b> para alcançá-los	A relevância se gradua pelo equilíbrio entre os efeitos e os <b><u>esforços requeridos tanto aos produtores quanto aos receptores do produto noticioso.</u></b>
A relevância se apresenta em três dimensões, classificativa, comparativa e quantitativa.	A relevância jornalística se apresenta em três dimensões, Relevância Jornalística Classificativa, Relevância Jornalística comparativa ou Noticiabilidade e Relevância Jornalística quantitativa medida tanto em relação à relevância jornalística classificativa quanto à noticiabilidade.
A relevância classificativa é medida pela capacidade de gerar efeitos cognitivos positivos.	A relevância jornalística classificativa é a capacidade, sinalizada pelos valores-notícia, de um fato potencialmente jornalístico gerar efeitos cognitivos positivos em um público/audiência.
A relevância comparativa considera não só a geração de efeitos, mas também a redução de esforços.	A noticiabilidade ou relevância jornalística comparativa se define pela geração de efeitos, aferidos pela correspondência aos valores-notícia, e se gradua pela relação entre os valores e a redução de esforços necessários ao produtor.
Uma relevância é ótima quando o estímulo ostensivo é relevante o suficiente para merecer o esforço do <i>destinatário</i> em processá-lo e o estímulo ostensivo é o mais relevante compatível com as habilidades e preferências do <i>comunicador</i> .	Uma noticiabilidade será ótima, na perspectiva da produção, quando o fato que a motiva merece o esforço do processamento pela equipe jornalística e quando ele for o fato que melhor se compatibiliza com os valores-notícia de referência da organização e de seu projeto editorial.
A relevância pode ser avaliada quantitativamente uma vez que não é uma questão de tudo ou nada, mas uma questão de graus.	A relevância jornalística pode variar em intensidade. Para uma relevância básica, quanto mais um acontecimento exibir valores-notícias e quanto mais intensos forem eles, mais relevante será o fato. Já para a noticiabilidade, ou relevância jornalística comparativa, são avaliados conjuntamente os maiores efeitos e os menores gastos de tempo, esforço e dinheiro.

<p>Os efeitos gerados são de três ordens, fortalecimento, revisão ou abandono e implicação contextual.</p>	<p>Uma notícia que reafirma informações que já são de conhecimento da audiência tenderá a gerar efeitos de fortalecimento. Por sua vez, as notícias que se opõem a um conhecimento já internalizado pela audiência deverão provocar uma revisão da certeza anterior ou até seu abandono. As notícias cujos conteúdos ao serem somados com os conhecimentos de fundo da audiência geram novos conhecimentos implicados desta soma, geram os chamados efeitos de implicação contextual.</p>
<p>De acordo com a variável da exaustão, o foco da relevância está na geração de efeitos, o que não invalida o desgaste energético dos produtores e receptores da informação (Rauen, 2008).</p>	<p>Embora a audiência e os produtores possam aumentar os seus esforços no processamento ou na sua produção de uma notícia, respectivamente, a fim de alcançar um efeito maior, esse aumento não acontece indefinidamente, mas abaixo de um limiar de exaustão, para além do qual o cansaço não compensaria qualquer esforço.</p>
<p>De acordo com a variável de saturação um estímulo repetido não se torna automaticamente irrelevante, mas a aceitação dessa repetição só ocorre até um limiar teórico de saturação (Rauen, 2008).</p>	<p>Uma notícia que reafirma informações que já são de conhecimento da audiência tenderá a gerar efeitos de fortalecimento, isto é, os conhecimentos prévios serão reforçados até um limite de saturação, em que a repetição de conhecimento não gerará mais um interesse de processamento por parte da audiência.</p>

Fonte: pesquisa empírica

Com as aproximações expostas no quadro pretende-se não só sinalizar a existência de uma conversa entre diferentes áreas de produções de conhecimento, nem apenas oferecer a Teoria da Relevância para uma ação pontual e utilitária de auxílio a identificação da relevância. Mas, antes disso, esta aproximação pretende intercambiar saberes modificando a percepção de como elegemos e de como oferecemos relevância à audiência. A internalização dos saberes chave da TR adaptados ao jornalismo propõe uma complexificação da identificação e do trato com a relevância, ao passo que possibilita uma compreensão dos seus princípios, das suas características e das suas limitações.

A vantagem de aplicar a TR ao jornalismo, dessa forma, reside, a princípio, na possibilidade de auxiliar a sistematização de conceitos pouco desenvolvidos e, em seguida; na ampliação da percepção desta relevância – levando a um olhar modificado para o trabalho de seleção realizado e para a forma como a audiência processa a relevância. A instrumentalização desses conceitos e desta percepção ainda é uma vantagem, ao passo que propõe uma sofisticação e um aprofundamento de um aspecto da rotina de produção jornalística.

É importante retomar, conforme apontado na introdução, que é a partir da avaliação de relevância que alguns conteúdos são selecionados e outros descartados como apropriados ou não para a produção jornalística. E ainda, que é através da relevância comparada dos conteúdos que se estabelece o maior ou menor destaque recebido pelas notícias finalizadas. O conteúdo resultante das avaliações internas às organizações é então oferecido à audiência, que o utiliza para agendar parte das suas preocupações sobre a sociedade.

Há, portanto, a necessidade de reforçar a compreensão da relevância jornalística e de utilizá-la tanto para avaliar o resultado da seleção e hierarquização feita pelos jornalistas, quanto para avaliar diretamente os fatos, utilizando-se de métodos claros e capazes de demonstrar e justificar os procedimentos realizados. Neste sentido, as definições dispostas neste capítulo serão complementadas pelo capítulo seguinte, no qual desejamos refletir sobre os exercícios de avaliação e monitoramento de mídia, além de defender a relevância como um requisito necessário para alcançar a qualidade da produção jornalística.

## 2 AVALIAÇÃO DE QUALIDADE DO REQUISITO RELEVÂNCIA

Ao reclamar a falta de definições sobre a relevância jornalística e sobre a forma de alcançá-la, o capítulo anterior indiretamente discute o processo avaliativo realizado para a seleção e hierarquização das notícias. Uma vez que a noção de relevância não é clara, e mesmo a relação entre valores-notícia e relevância não é predominante, nem na literatura nem entre os produtores, é interessante questionar o que está sendo avaliado por jornalistas e pesquisadores e a partir de que processos. Formulando uma provocação mais precisa, questiona-se se é possível haver clareza em uma avaliação cujos objetivos não foram claramente definidos.

Em essência, esta provocação não tem a intenção de desqualificar as avaliações realizadas cotidianamente pelos jornalistas, mas sim de torná-las mais sólidas, ao desafiar sua capacidade de gerar dados e de formular explicações sobre elas mesmas. Neste sentido, este capítulo pretende continuar defendendo a necessidade de definições e procedimentos claros, considerando que sem eles não é possível garantir a validade dos objetivos, nem assegurar se eles foram alcançados de forma satisfatória.

Sobre os objetivos da produção, isto é, a respeito dos indicadores de adequação e qualidade da produção jornalística, o trabalho irá incorporar a sistematização de Guerra (2008, 2010) e Guerra e Lins (2014), que tem o mérito de mapear e considerar a sistematização de outros autores<sup>3</sup>. Além de oferecer, como vantagem, uma cuidadosa disposição dos requisitos separados em três conjuntos que na sua individualização, trazem clareza para a totalidade. Os requisitos propostos dividem-se, nos seguintes grupos "a) compromissos e estrutura organizacional; b) processos de produção; e c) produtos" (GUERRA, 2010, p. 4).

Os requisitos enquadrados nos dois primeiros grupos procuram dar conta de características exigidas às empresas jornalísticas e ao seu modo de proceder. Incluem a independência editorial, os canais de atendimento aos leitores, o reconhecimento de erros, a implementação de planejamento e o controle de registros, por exemplo. O terceiro grupo, por sua vez, faz referência a qualidades esperadas dos produtos jornalísticos e incluem a exigência

---

<sup>3</sup> Entre os autores que Guerra e Lins(2014) mapeiam e utilizam para potencializar sua sistematização estão de Pinto e Marinho (2003), Jornet (2006), Benedeti (2009), Christofolletti (2010), Rothberg (2010), Canela (2007) e Cerqueira (2010).

por conteúdos que sejam atuais, diversos, plurais, comprometidos com a segurança da informação e relevantes.

A separação proposta pelo autor não considera que os grupos não entrem em contato. Não há a pretensão de indicar, por exemplo, que os produtos não sofrem influência da falta de independência editorial. A intenção de tal separação é possibilitar avaliações mais profundas a partir de um tratamento particularizado a cada requisito. É justamente em busca desta profundidade que este trabalho se direciona para a defesa e a exploração de um requisito específico, a relevância, apresentada pelo autor como um dos requisitos exigidos aos produtos jornalísticos.

Em torno do requisito relevância, e da pretensão de melhorar sua avaliação, este capítulo pretende enriquecer o olhar sobre os processos avaliativos, utilizando-se das discussões de *accountability* de mídia e aproximando-as de uma definição basilar de qualidade. Antes disso, nas seções seguintes o termo *accountability* será esclarecido e a qualidade será apresentada tanto conceitualmente quanto como desafio para a pretensão de avaliar a relevância dos produtos e fatos jornalísticos.

## **2.1 Sistemas de *accountability* de mídia**

Mesmo com a dificuldade de atingir critérios de qualidade da mídia que sejam consensuais, McQuail (2012) chama a atenção para o crescente número de avaliação e pesquisas sobre a atuação da mídia. Acréscimo que, segundo o autor, pode ser atribuído a algumas razões, entre as quais a crescente dependência dos cidadãos em relação à comunicação pública e a necessidade de poderosas instituições de garantir a manutenção de *status*, influência, imagem positiva, visibilidade, entre outros.

Um risco relativo ao desenvolvimento de incontáveis avaliações sem qualquer sincronia ou exercício de questionamento é solidificar critérios que atendam a objetivos outros que não o desenvolvimento da mídia e da sociedade. A indicação de um requisito de qualidade precisa ser defendida (a exemplo de Palácios(2008), no Dossiê ABCiber da Revista Famecos, em que apresenta a memória como um critério de aferição de qualidade no ciberjornalismo) através de um processo árduo de justificação, a fim de que a escolha não seja feita pelo gosto do pesquisador ou pelo acaso.

A necessidade de justificação ainda é agravada por um conjunto de pressupostos conflitantes em torno da construção de sistemas de monitoramento e avaliação de mídia. Este

conflito inclui, por um lado, a concepção de que a mídia é um agente fundamental para o exercício da democracia e por outro que a mesma mídia pode ser um complicador deste exercício democrático pleno. A posição quase antagônica entre pressupostos que se referem à mesma instituição se justifica pela atuação das organizações, ou seja, a atuação correspondente a um conjunto de normas definidoras é essencial para a democracia. Enquanto na não correspondência a tais normas, a mídia pode reforçar situações de violação dos direitos humanos e o poder de interesses particulares.

A percepção isolada do primeiro pressuposto indica que a mídia deve ser protegida de qualquer tipo de controle e intervenção, uma vez que enxerga nestas ações espaços de obstrução da liberdade de expressão característicos de estados autoritários. A defesa da não intervenção carrega também a crença liberal de que o próprio mercado livre de mídia é capaz de zelar pela boa atuação da área (ROTHBERG, 2011, p.16).

Discordando da visão liberal, o ideário progressista e neokeynesiano, aqui adotado, não acredita que o livre mercado é suficiente para garantir uma mídia livre. Na verdade, para esta perspectiva, a lógica capitalista do mercado centraliza o lucro como prioridade e deixa princípios como a expressão plural de ideias em segundo plano (ROTHBERG, 2011, p.18). Esta percepção, associada à compreensão do direito à informação como fundamental para a cidadania, motiva a defesa da regulação ou auto regulação de mídia, a fim de assegurar as bases para o seu funcionamento adequado.

Neste sentido, a regulação ou auto regulação não é vista como empecilho à Liberdade de Expressão ou à democracia, mas, em via oposta, é percebida como condição concreta da existência de ambas. De forma que a regulação da Liberdade de Expressão, assim como de qualquer direito fundamental, teria o duplo papel de controlar e garantir (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.9).

Mesmo sendo possível, no que diz respeito à defesa da liberdade de expressão, a regulação de mídia enfrenta o obstáculo de diferenciar-se da censura. Para resolver esta questão, é necessário esclarecer que o "conceito de censura é relacionado ao controle arbitrário dos meios de comunicação, carregado de cunho moral e político" (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.27), podendo relacionar este exercício a promoção dos interesses de alguns em detrimento do interesse constitucional.

Para que a regulação não se transforme em censura ou autoritarismo, deve-se garantir que o controle não seja arbitrário e que a sua promoção responda a interesses gerais e não particulares. Para regular a mídia de forma adequada é preciso, portanto, solidificar e

justificar os requisitos a serem avaliados e garantir, através da transparência, que a regulação não seja ignorada, nem excedida.

Dessa forma, mais do que uma instituição responsável por fiscalizar sozinha a relevância ou qualquer outro requisito da atuação da mídia, a demanda por transparência ressalta a necessidade de um controle mais coletivo, que inclua uma disseminação de normas e procedimento e que esteja potencialmente aberto para toda a sociedade. Para Bertrand (2002, p. 35), os meios de melhorar os serviços de mídia ao público (MAS - *Media Accountability Systems*), devem aumentar as competências dos jornalistas e descobrir através de análises e observações o que a mídia faz e não faz, em comparação com o que deveria fazer.

Graças a eles [os MAS], a mídia consegue descobrir, corrigir, explicar seus erros e equívocos, desculpando-se por eles. Esses sistemas são um misto de controle de qualidade, serviço ao consumidor, educação contínua e muito mais - não apenas, decerto, auto-regulação (BERTRAND, 2002, p. 35).

Considerando ainda, segundo Braga (2006), que a ação midiática não se encerra nos processos de produção e recepção, mas que existe um terceiro sistema formado por uma variedade de dispositivos sociais, através dos quais a sociedade responde de alguma maneira a sua mídia, os MAS potencializam e fortalecem a organização social em tono do enfrentamento da mídia, oferecendo dados e atenção às normas, que trazem legitimidade às questões levantadas.

A grande vantagem da proposição de dispositivos de avaliação de mídia, dessa forma, está primeiramente na exposição transparente da sua avaliação, que a disponibiliza para críticas, questionamentos e reavaliações generalizadas, não só para outros grupos de avaliadores, mas também para o crivo do público em geral. Assim, ainda antes de defender os méritos da operacionalização de avaliação de relevância, que será proposta a seguir, este trabalho defende os méritos de uma avaliação baseada em normas claras, sistemáticas e transparentes.

Para Fengler e colaboradores (2014) o jornalismo passa por um momento de negociação entre jornalistas, pesquisadores, proprietários de meios de comunicação, público e outras partes interessadas no lugar que a mídia deve ocupar. Em meio a estas negociações, a autora percebe que além de uma obrigação, o investimento em qualidade e transparência figura como uma possível vantagem competitiva para instituições (FENGLER et al, 2014, p. 10).

Para garantir que todas as organizações de mídia sigam códigos claramente identificados de conduta e de linha editorial e que apliquem princípios de independência editorial, deve ser obrigatório para eles, torná-los disponíveis ao público, incluindo-os em seus websites. [Tradução própria] (FENGLER et al, 2014, p. 7-8)

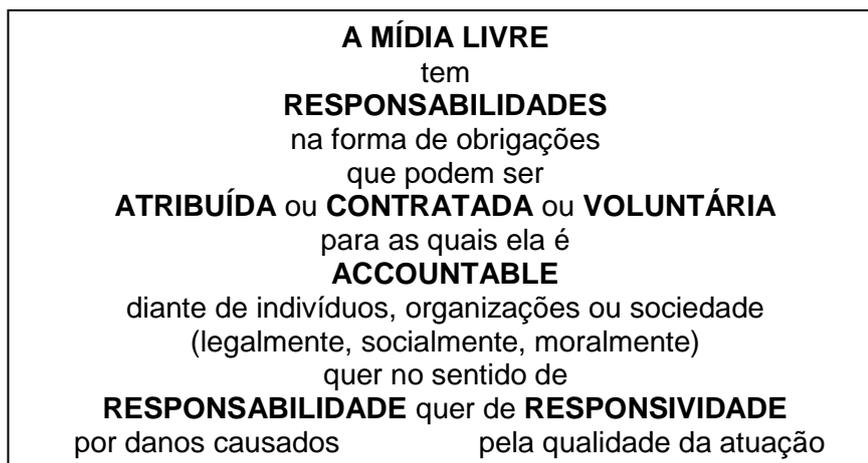
Assim como em Bertrand (2002), a autora indica que a mudança no produto tende a transformar-se em uma característica não só do produto e do processo de produção, chegando a expandir a expectativa de qualidade do público. "*Accountability* e transparência podem tornar-se parte das características da mídia, como outras características, que são percebidas pelos consumidores, alterando suas expectativas, passando a oferecer ao seu bem-educado cliente total transparência sobre um processo de produção completamente on-line" (FENGLER et al, 2014, p. 10).

De difícil tradução, o termo *accountability* de mídia liga-se à capacidade de averiguar e cobrar responsabilidade e transparência no cumprimento de determinadas obrigações, sejam elas de cunho legal ou moral. Ainda que a responsabilidade social seja essencial para os sistemas de monitoramento, o que mais interessa aos estudos de *accountability* não é a responsabilidade social em si, mas a capacidade de verificar seu efetivo cumprimento.

Antes de chegar à definição de *accountability*, McQuail (2003, p. 15) chama a atenção para a multiplicidade de sentidos do termo. Segundo ele, o uso da expressão tem levado a uma intersecção entre esquemas interpretativos e de normas. De forma que ser "*accountable*" refere-se tanto ao fornecimento de explicações, diante de uma situação de cobrança, quanto ao esclarecimento dos fundamentos normativos através dos quais um conjunto de exigências pode ser justificado

Neste contexto, podemos ver *accountability* como todo o processo (dentro de um relacionamento de comunicação) de fazer reivindicações baseadas em expectativas e no apelo a normas, de resposta da outra parte (rejeitando alegações ou explicar as ações), e qualquer procedimento a fim de conciliar os dois. (MCQUAIL, 2003, p. 15)

Dessa forma, *accountability* não diz respeito apenas à ação de resposta, à prestação de contas e aos mecanismos utilizados para que essa prestação de contas seja possível, mas também ao enriquecimento dos fundamentos normativos a serem cobrados. Reforçando a necessidade de consolidar conceitos e definições onde eles não existam ou não sejam suficientemente desenvolvidos. Relacionando a mídia livre às ideias de responsabilidade, responsividade e *accountability*, distintas entre si, o autor chega a seguinte sumarização de termos.



**Figura 2 - Sumarização de termos ligados à *accountability* de mídia**

Fonte: McQuail, 2003, p. 203

Neste sentido, a responsabilidade pode ser definida como a obrigação de garantir a qualidade de determinadas ações, assumindo, inclusive, o ônus por possíveis danos decorrentes da ausência ou do baixo grau de atendimento a esta qualidade. A responsividade, por sua vez, diz respeito à obrigação de responder pelos processos capazes de garantir a qualidade da atuação, esclarecendo e transparecendo, sempre que requerido, seu funcionamento.

Uma comunicação *accountable*, dessa forma, existe onde autores (produtores ou selecionadores) assumem a responsabilidade pela qualidade, previamente definida por princípios e normas, e consequências da publicação; orientam-se para o público específico e para outras pessoas atingidas; e respondem às suas expectativas, bem como as da sociedade em geral.

## **2.2 Características definidoras dos meios de *accountability***

Sem intenção de ser exaustivo ou de excluir outras possibilidades, McQuail (2012) apresenta um conjunto de características do modelo de pesquisa voltado para analisar a atuação da mídia. Ele lista cinco aspectos que vão desde a escolha dos critérios, que é anterior ao início do processo de avaliação, até a consideração de possibilidades alternativas de condução de uso.

Transitar por estas características é necessário para perceber se esta pesquisa, que se propõe a ser um exercício de *accountability* de mídia, está atenta aos aspectos que validam a

avaliação, levando-a para um nível mais sério e complexo. Para tanto, além de expor os pontos destacados pelo autor, será apresentada a correspondência estabelecida ou pretendida.

O primeiro destaque das pesquisas em *accountability* para o qual ele chama a atenção é, como citado anteriormente, a necessidade de uma escolha justificada dos critérios a serem avaliados. "A prática da pesquisa de avaliação só pode prosseguir baseada em escolhas claras (mesmo que discutíveis) sobre se deve ser aplicada e como deve ser definida operacionalmente para determinado propósito" (MCQUAIL, 2012, p. 89).

Neste exercício de pesquisa, a relevância foi apresentada e definida como critério, ou requisito, fundamental para boas práticas jornalísticas. Procurando justificar, segundo as demandas do autor, não só sua validade, mas também sua compreensão e uso. Além da definição geral, a relevância precisou ser aproximada do jornalismo, a partir de uma definição que levou em consideração as especificidades do campo de conhecimento no qual se pretende avaliar.

Como esta não anseia ser uma avaliação de qualquer relevância, mas sim da relevância jornalística, o trabalho precisou deixar claro que relações foram estabelecidas para permitir um olhar que se desloca do geral para o particular. A partir da relevância jornalística, a operacionalização conceitual foi estabelecida, uma vez que além de definir a relevância no jornalismo é preciso apresentar, com a mesma clareza, os indicadores que buscam implementá-la, função atribuída aos valores-notícia.

A reivindicação por relevância ainda se justifica por ser essa uma preocupação clássica do jornalismo. Os produtores de informação prometem e o público espera que as informações disseminadas tenham sido escolhidas entre uma série de outros acontecimentos por serem elas as mais importantes e interessantes para o público.

A segunda necessidade exposta leva a pesquisa para fora de suas especificidades. Enquanto a primeira exigência precisa de definições e operacionalidades atentas à realidade imediata do objeto que se avalia, a segunda se coloca em diálogo com condições externas. "A adoção de um ponto de vista e de uma definição de problemas externos e independentes aos objetivos e interesses escolhidos pela mídia, porém levando em consideração suas intenções e condições necessárias de operação" (MCQUAIL, 2012, p. 30).

De fato, sem pressupostos anteriores ao jornalismo (na ordem social, filosófica e da produção do conhecimento), o trabalho não se sustenta. Não é possível defender uma mídia *accountable* sem uma defesa de fundo de um conjunto de valores democráticos ou sem a percepção de que existem normas que legitimam a atividade jornalística e que estas não são

apenas direcionamentos abstratos e utópicos, mas potencialidades alcançáveis mesmo diante das limitações da prática.

Além das questões expostas nesta seção, que justificam avaliação a partir da necessidade externas ao jornalismo e válidas para toda sociedade democrática, a própria noção de relevância e a sua possibilidade de avaliação se apresentam a partir de olhares externos. A segunda característica de MacQuail reforça o caráter dialógico dos exercícios de *accountability*, pois além do *modus operandi* da área, estes exercícios estão voltados para uma relação com a sociedade, de forma que as justificativas de análise também precisam ser pautadas em disposições externas.

O terceiro ponto destaca procedimentos científicos necessários.

A implantação de estratégias e métodos de pesquisa que são característicos das correntes predominantes das ciências sociais, principalmente: uma atitude neutra e exposição clara de valores; uma busca por aspectos de atuação gerais e comuns, em vez de exclusivos ou idiossincráticos; aplicação de métodos sistemáticos, geralmente quantitativos, para coleta e análise de dados. (MCQUAIL, 2012, p. 30)

Neste trabalho, além de firmar o compromisso de assim proceder no trato com os conteúdos e na realização da pesquisa, há o desejo de que tais obrigações também sejam entendidas como necessárias para o exercício do jornalismo. Em outras palavras, a exposição de valores, a busca de aspectos de atuação comuns e a sistematização são procedimentos que a ferramenta que será exposta a seguir tenciona estimular no processo de produção do jornalismo cotidiano.

O quarto ponto indica, por sua vez, que as pesquisas em *accountability* não devem ter como foco a estrutura ou os efeitos da mídia, mas a sua atuação em termos de conteúdo ou de produto, além da qualidade geral dos serviços fornecidos (MCQUAIL, 2012, p. 30). De fato, o foco desta pesquisa está no conteúdo e nos procedimentos das produções, observando os indicadores de relevância impressos em produtos jornalísticos e acessando, na medida do possível, as marcas do processo de produção em que foram criados.

Ainda que exista uma clara preocupação com a estrutura e com os efeitos da mídia, elas ocupam, neste trabalho, uma posição secundária. Este foco não faz com que o trabalho desconsidere as imposições que a estrutura da mídia faz aos procedimentos e conteúdos, nem que existem imposições dos conteúdos, produtos e procedimentos nos efeitos que a mídia gera. Na verdade, como foi destacado nas características anteriores, a avaliação de mídia precisa dialogar com as partes envolvidas, o que não altera a necessidade de ter um recorte claro sobre o qual a *accountability* se debruça.

Retomando ainda a definição de *accountability* como uma ação mista entre o pedido de resposta, a cobrança de prestação de contas e o enriquecimento dos fundamentos normativos a serem cobrados, é possível concordar que a sua fundamentação, coerentemente, se adequa melhor aos procedimentos, produtos e serviços, uma vez que é neles, e não na estrutura e nos efeitos, que devem estar sediados os compromissos e obrigações. Mais uma vez é interessante frisar que nem a perspectiva de *accountability* nem este trabalho compreendem que a busca por qualidade se limita à atuação em termos de conteúdos e produtos, apenas compreendem que há a necessidade de buscar uma coerência entre a ferramenta, suas bases e potencialidades de aplicação.

O último aspecto levantado pelo autor indica que as análises da atuação da mídia devem voltar-se para a necessidade de considerar "perspectivas alternativas de atuação, principalmente de fontes, produtores, clientes e audiência" (MCQUAIL, 2012, p. 30). A tentativa de avaliar a mídia, sob o risco de ser falha, não pode limitar-se às formas de atuação e avaliação já estabelecidas. É preciso alimentar certo exercício de desnaturalização e a partir do estranhamento gerado sobre as práticas corriqueiras melhor reconhecer particularidades, explorando-as através de novas dimensões.

Neste trabalho, a avaliação da relevância procura adotar perspectivas alternativas, tanto na sistematização dos conceitos de requisitos e indicadores (utilizados tradicionalmente de maneira tácita, não sistematizada), quanto na pretensão de construir uma escala numérica capaz de quantificar e ordenar, de alguma forma, as indicações qualitativas da avaliação tradicional de relevância. A construção de um sistema, por si só, já indica a intenção de explorar os conhecimentos e as abordagens através de um ponto de vista distinto do usual e incentivar o mesmo aos usuários.

Isto posto, para que esta pesquisa adquira um teor de *accountability* é necessário justificar e esclarecer os requisitos de avaliação; considerar questões externas, além da dinâmica própria da prática; adotar métodos sistemáticos de recorte, análise e interpretação; estar focado nos conteúdos, produtos e na qualidade geral do serviço e; considerar formas alternativas de atuação. De acordo com este conjunto de características, McQuail (2012) define a pesquisa em *accountability* de mídia.

A avaliação independente do fornecimento da mídia de massa de acordo com critérios alternativos de "interesse público", por meio de métodos de pesquisa objetivos e sistemáticos, levando em consideração outras evidências relevantes e as condições e exigências normais de operação da mídia em questão. (MCQUAIL, 2012, p. 30-31).

E continua:

O modelo de pesquisa que implementaria essa definição é, principalmente, projetado para atender às exigências normais do debate, da formulação e da avaliação de políticas públicas. Deve ter a maior probabilidade de comunicar evidências relevantes e confiáveis às principais partes desses debates – em geral, legisladores, políticos, governadores, "formadores de opinião", a mídia em si e o público em geral – e, portanto, a maior probabilidade de influenciar a política pública ou os objetivos auto selecionados e a condução da mídia. (MCQUAIL, 2012, p. 31).

McQuail deixa claro nestes trechos, em especial no primeiro, que por mais que as pesquisas em *accountability* de mídia sejam guiadas por questões mais sociais do que jornalísticas, elas não são insensíveis às exigências da prática. De forma que as pressões que atuam sobre a prática devem ser consideradas, mas não aceitas como justificativas para a não correspondência às normas que são inerentes à prática.

De fato, sem compreender a rotina em que o jornalismo é exercido, dificilmente seria possível produzir avaliações de mídia verdadeiramente úteis para ratificar ou repensar práticas jornalísticas. Ainda assim, nenhuma realidade, nem mesmo a percepção de uma rotina consolidada de produção, deve possibilitar o esvaziamento das possibilidades de questionamento e avaliação, principalmente diante de situações que envolvem o bem-estar e o desenvolvimento social.

### **2.3 Qualidade como desafio para o jornalismo**

Toda a história do jornalismo é transpassada por modificações sociais e tecnológicas que ora permitiram seu desenvolvimento, ora impuseram modificações estruturais à sua execução. Entre os dispositivos tecnológicos e tecnologias impulsionadoras de mudanças é possível apontar, por exemplo, o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão, o computador e mais recentemente a internet e uma série de dispositivos que funcionam nessa rede.

Diferente das modificações anteriores, a que está em curso não movimentava previsões apenas sobre a extinção de uma plataforma, em vista da sua substituição por outras, como muitas vezes foi previsto e ainda é em relação ao jornal impresso, por exemplo, mas lança questionamentos sobre o futuro de todo o jornalismo. Nos termos adotados por Castells (1999), como será melhor esclarecido no capítulo seguinte, o momento não é de simples mudança, mas de uma revolução, que como tal não pode ser contida, nem pode deixar de modificar as bases estruturais da sociedade.

Mais do que potencializar mudanças no processo de produção, o que também ocorre, essa revolução altera na audiência a percepção do seu papel e das suas potencialidades. Os jornalistas já não detêm a exclusividade do registro e da disseminação dos fatos, uma vez que os então silenciosos membros da audiência ganharam voz e passaram a produzir e disseminar informações. Além da posse dos recursos para comunicar, membros da audiência passam a receber e difundir certa desconfiança em relação aos meios tradicionais, acusando-os de manipular as informações a favor dos seus interesses políticos e econômicos. A partir destes e de outros desafios, cabe ao jornalismo reafirmar sua importância e a legitimidade do seu papel social.

Diante dos desafios impostos ao jornalismo, o dossiê *Jornalismo Pós-industrial*, a partir dos seus autores Anderson, Bell e Shirky (2013), compreende que a sobrevivência, diante da crise, requer garantir a qualidade da produção. Tanto em comparação ao que é produzido e disseminado por outras fontes (não-jornalísticas), quanto em referência às expectativas do público e às promessas feitas pela produção jornalística. Em outras palavras, o trabalho compreende a qualidade como única saída, ainda que, de maneira oposta, as transformações em curso tenham impulsionado a redução desta mesma qualidade em produções jornalísticas dos Estados Unidos.

O problema da busca por qualidade no jornalismo se assemelha ao da relevância. Em ambos os casos ainda que os termos sejam amplamente utilizados – seja como reivindicação, seja como crítica – existem lacunas a serem preenchidas. Para Guerra (2015) as necessidades fundamentais relativas à busca por qualidade no jornalismo são de duas ordens.

A primeira é a pouca elaboração do tema no ambiente acadêmico destinado aos estudos do jornalismo. A segunda, a ausência de métodos e critérios mínimos capazes de aferir a qualidade editorial de organizações jornalísticas em níveis aceitáveis de confiabilidade. Sem esses métodos e critérios, a discussão muitas vezes não avança e é relegada apenas a aspectos subjetivos, políticos ou ideológicos (GUERRA, 2015, p. 4).

Guerra (2015) continua indicando que diante destas ausências seguem três desafios. O primeiro deles é esclarecer a definição de qualidade que será utilizada, uma vez que há uma variedade de conceitos possíveis, adequando-a ainda à realidade do jornalismo. Ainda é necessário desenvolver metodologias de avaliação baseadas nos requisitos que devem compor a definição de qualidade para o jornalismo, além dos indicadores de desempenho necessário para alcançar tais requisitos. E, por último, mas mais complexo, ajustar as rotinas produtivas aos requisitos e indicadores, a fim de desenvolver uma produção voltada para corresponder à qualidade, desafio que só pode ser superado após o amplo desenvolvimento dos anteriores.

Em busca de suprir a primeira lacuna é possível apontar uma definição de qualidade basilar e aplicável a qualquer setor de atividade e, a partir dela, traçar paralelos tanto com as demandas de *accountability* quanto com as reivindicações de relevância jornalística. De acordo com as normas da ABNT NBR ISO 9001, específicas para gestão da qualidade, para desenvolver e implementar a gestão da qualidade são necessárias muitas etapas, que incluem a apreciação das necessidades e expectativas dos clientes e a determinação dos processos e responsabilidades necessários, além do estabelecimento de métodos e da adoção de um processo de melhoria contínua.

Neste mesmo documento, a qualidade é definida como "O grau no qual um conjunto de **características** inerentes satisfaz a **requisitos**" (ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 8), sendo características as propriedades diferenciadoras de um produto e requisitos um conjunto de necessidades ou expectativas que são expressas geralmente de forma implícita ou obrigatória (ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 8).

Partindo desta definição, a qualidade será percebida em função de dois aspectos, a adequação a padrões previamente definidos pela organização e a expectativa dos consumidores e das suas percepções a respeito dos produtos e serviços. O primeiro faz referência à qualidade interna e o segundo à externa. Mesmo separados para a apreciação, estes aspectos funcionam de maneira necessariamente interligada, de forma que não é possível alcançar qualidade externa sem atenção às questões internas, bem como, sem atender para as questões externas não é possível construir padrões internos significativos (CHIAVENATO apud GUERRA, 2008, p. 111-112).

A busca pelas características inerentes ao jornalismo requer questionar, diante do atual cenário de revolução tecnológica e de outros momentos de mudança, o que não se alterou, o que permaneceu na ação cotidiana e nas expectativas diante da prática. Em outras palavras, que compromissos ou características fazem com que uma recente página de notícias e um jornal com mais de 200 anos se classifiquem e sejam classificados como jornalismo? Ou ainda que elementos não podem ser ignorados, uma vez que diferenciam o jornalismo de outras práticas?

Retomando os requisitos de qualidade referentes aos produtos apontados no início deste capítulo, isto é, atualidade, diversidade, pluralidade, segurança da informação e relevância (GUERRA, 2010), é possível apontá-los não só como elementos a atingir em um produto, mas também como características que diferenciam os produtos jornalísticos de outros produtos. A indicação destes requisitos afirma que independente das transformações pelas

quais o jornalismo tenha passado, esteja passando ou possa passar, só é possível classificar um produto como jornalístico se o mesmo estiver comprometido com a seleção de conteúdos relevantes; com a transmissão de informações seguramente correspondentes com a realidade; com a atualidade; e com o adequado equilíbrio de pontos de vista e de versões que concorram para a compreensão de um fato ou de uma questão social.

A tentativa de suprir a segunda lacuna apresentada por Guerra (2015), isto é, desenvolver uma metodologia de avaliação baseada nos requisitos que devem compor a definição de qualidade para o jornalismo, é o compromisso primeiro deste trabalho. Para alcançá-lo a dissertação partiu de um conjunto de conhecimentos prévios e somou a eles detalhes sobre a definição da relevância e dos indicadores que possibilitam alcançar o requisito.

É interessante notar, neste ponto, que há uma aproximação entre as demandas necessárias para alcançar qualidade no jornalismo e as características definidoras de um meio *accountable*. Tanto a busca por qualidade da produção jornalística quanto por *accountability* se sustentam em uma prévia definição de requisitos. Sendo a qualidade o grau de correspondência aos requisitos e a *accountability* um processo de reivindicação da adequação aos requisitos, uma ferramenta de avaliação de qualidade pode figurar com um instrumento de *accountability*.

É importante frisar que *accountability* e qualidade não são termos sinônimos. Ainda assim, a medida que uma ferramenta parte de uma discussão sobre a necessidade de determinado requisito e implementa a busca por tal requisito desenvolvendo um método de avaliação, tal ferramenta responde não só aos desafios para a busca por qualidade, mas também instrumentaliza e compartilha elementos para a reivindicação de *accountability* de mídia.

Neste contexto, a avaliação de relevância proposta se apresenta como um esforço específico de avaliação de qualidade. Que ao compartilhar das características, desenvolvida por Mcquail (2012), para instrumentalizar os meios de *accountability* e, ao partilhar também de preocupações sobre a necessidade de uma mídia responsável e responsiva, se transforma em um recurso adequado para pesquisas de *accountability*. A aproximação dos saberes demonstrou, portanto, ser possível trabalhar com a qualidade como um instrumento capaz de fomentar uma mídia *accountable*.

Na seção metodológica essa discussão será levemente retomada a fim de demonstrar o respeito às necessidades de avaliação de qualidade e às características dos meios de

*accountability*. Antes de chegar à metodologia, entretanto, é necessário passar pela definição das bases tecnológicas e de gestão do conhecimento que sustentam e formatam a utilização dessa metodologia, como será feito no capítulo seguinte.

### **3 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADAS AO JORNALISMO**

Entre os requisitos atualidade, diversidade, pluralidade, segurança da informação e relevância, todos necessários à qualidade do produto jornalístico (GUERRA, 2010), a relevância é o primeiro a ser acionado. Já no processo inicial de realizar uma triagem das informações que são interessantes o suficiente para serem apresentadas aos repórteres nas pautas, o jornalista aplica critérios de relevância para separar os fatos relevantes dos não relevantes, além de sinalizar entre os escolhidos os graus de maior ou menor relevância.

A preparação de cada pauta deve considerar a diversidade da informação trabalhada em relação às demais e a pluralidade de pontos de vista que estarão presentes na condução do conteúdo, bem como orientar o trabalho de reportagem no sentido de apurar a segurança da informação. Ainda assim, a construção das pautas e a realização das reportagens não deixam de utilizar critérios de relevância, não mais para selecionar a informação, mas para orientar a abordagem indicando que aspectos e que fontes devem ser privilegiadas, em uma nova avaliação da relevância.

Mais adiante no processo jornalístico, na composição textual do conteúdo e na sua edição, que hierarquiza cada produto em relação a outros produtos, outras escolhas continuam sendo tomadas a partir da relevância. Ao escrever uma matéria os repórteres apresentam primeiro, e com destaque textual, o que lhes parece potencialmente mais relevante. Da mesma forma, ao decidir que matéria será manchete da edição, o editor faz um julgamento da potencial relevância comparada de todos os conteúdos.

A maior parte destas decisões são tomadas sem que se saiba como o jornalista decidiu. São decisões internas, de parte da equipe de trabalho, que muitas vezes não são conhecidas nem mesmo pelos membros do grupo que não participaram diretamente da sua determinação e ainda menos pela audiência e pela sociedade para a qual a produção se volta.

Desenvolver meios através dos quais essas decisões possam ser expostas é uma forma de transparência, pois apresenta, tanto para a equipe quanto para a audiência e a sociedade, os critérios levados em conta para selecionar ou atribuir destaque a determinados conteúdos. Esses meios conduzem não só à transparência editorial, mas também à possibilidade de melhorar a gestão do conhecimento organizacional, duas possíveis vantagens diante das quais o uso de sistemas de informação se tornam adequados.

Ainda em outra dimensão, a demanda por *accountability* requer transparência dos processos de produção e dos critérios de tomada de decisão. De forma que a definição da relevância e a explicitação dos valores-notícia usados para avaliá-la são ainda um passo na direção da busca por qualidade de mídia e em direção a uma mídia mais *accountable*.

Para que esta transparência seja capaz de trazer vantagens internas e externas e de reforçar aspectos normativos e do entendimento do público não é suficiente tornar os pontos de decisão com base nos valores-notícia "visíveis". Para implementar uma política de transparência editorial é necessário gerir o conhecimento organizacional e torná-lo acessível e possível de retomar, a fim de auxiliar tomadas de decisões e monitoramentos. Este processo é facilitado pelo uso de sistemas informatizados, ainda que possa ser realizado sem tal suporte.

Este capítulo se destina a esclarecer para os fins do trabalho os conceitos de tecnologia da informação e gestão do conhecimento, além de destacar as conexões necessárias para uma compreensão não superficial e de aproximar tais conhecimentos de uma abordagem jornalística. Por fim, este capítulo ainda apresentará elementos iniciais da Matriz de Relevância do Qualijor, que será detalhada no capítulo seguinte, por hora explorada como ferramenta tecnológica que deseja incentivar novas práticas de avaliação de relevância jornalística.

### **3.1 Tecnologia da Informação (TI)**

A organização jornalística, assim como uma série de outras organizações, está inserida em um processo de modificações tecnológicas pelas quais o mundo passou, ao final do séc. XX, e que modificou as bases materiais que constituem o cenário social, a ponto de serem chamadas de Revolução Tecnológica (CASTELLS, 1999). A utilização do termo revolução já deixa claro que as modificações não são pontuais, mas portam-se como uma fonte indutora de uma nova realidade, repercutindo transformações na maneira como a sociedade se organiza.

O que caracteriza esta revolução não são os novos conhecimentos e informações, pois de maneira geral, estes são elementos de qualquer período de transformação. O cerne desta revolução está, na verdade, na aplicação dos novos conhecimentos e informações para a geração de outros conhecimentos, com o auxílio de dispositivos, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e o seu uso (CASTELLS, 1999). Dessa forma, o conhecimento e a informação não podem mais ser tomados como acessórios do processo de produção, mas como a matéria-prima fundamental da sociedade pós-revolução tecnológica.

É em meio a este contexto de modificações de dispositivos e transformações sociais que as mudanças tecnológicas se apresentam com um caráter duplo, de potenciais geradoras de vantagem e de desafio competitivo. Como não é mais possível pensar numa gestão organizacional eficaz separada das Tecnologias da Informação, esta precisa ser tomada como desafio fundamental, sem o qual a organização corre o risco de tornar-se obsoleta e pouco competitiva. A utilização das Tecnologias da informação subordinada ao planejamento estratégico e alinhada aos objetivos das organizações, por sua vez, confere vantagens ao oferecer suporte para mudanças estratégicas, possibilitar a inovação dos produtos ou serviços da organização e permitir análise de informações sobre mercados e concorrentes.

Foi o desenvolvimento tecnológico que de início provocou as modificações sociais ainda em curso, a ponto de emprestar seu nome para a revolução em questão. Neste sentido, não é viável pensar as exigências contemporâneas à organização sem passar pelas bases desta exigência, ou seja, sem compreender conceitos e limites da tecnologia. Destacadamente, a Tecnologia da Informação (TI), a alteração possivelmente provocada por ela nos ambientes organizacionais em que é inserida e o papel que ela pode desempenhar.

A TI inclui, segundo Walton (1993), um conjunto de produtos de hardware e software capazes de recolher, registrar, processar e acessar números e imagens, que são auxiliares no controle de equipamentos e processos de trabalho, além de poderem conectar procedimentos e pessoas. Campos Filho (1994) contribui com sua perspectiva e com alguns exemplos de tecnologias da informação.

Entende-se por tecnologias de informação o conjunto de hardware e software que desempenha uma ou mais tarefas de processamento das informações do S.I., tal como coletar, transmitir, estocar, recuperar, manipular e exibir dados. Aí podem estar incluídos microcomputadores (em rede ou não), mainframes, scanners de código de barra, estações de trabalho, software de execução, software de planilhas eletrônicas ou de banco de dados etc. (CAMPOS FILHO, 1994, p. 36).

Em ambos os conceitos, a tecnologia da informação é tratada como um recurso potencializador da ação humana e não como a solução para problemas de gestão. É preciso ter clareza de que as tecnologias funcionam como instrumentos capazes de facilitar o contato com informações, mas que estas só se tornam conhecimento através de uma ação estratégica humana.

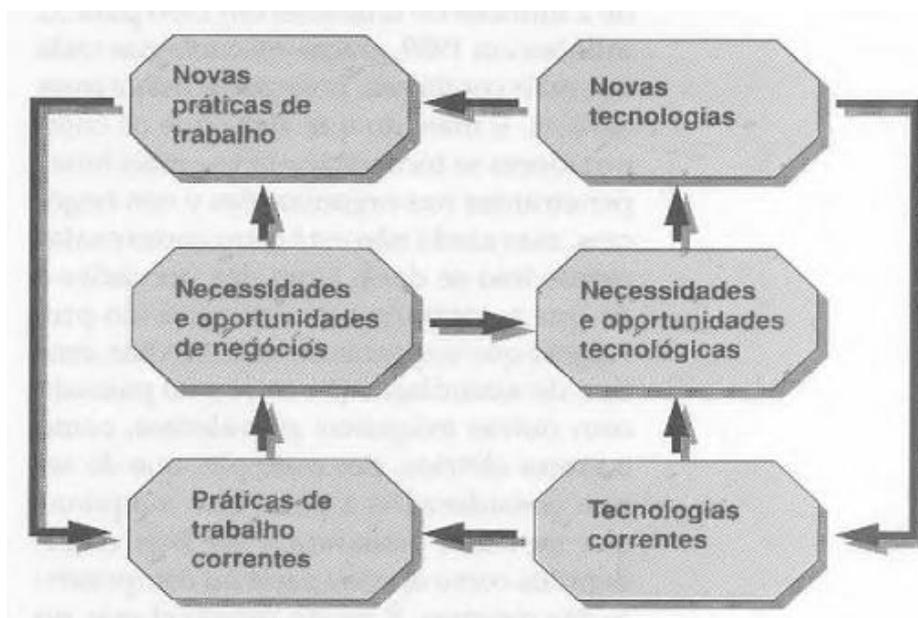
Há, portanto, uma diferenciação conceitual entre informação e conhecimento, que é válida tanto para pensar a tecnologia da informação quanto para os processos de gestão. De maneira sucinta, a informação é o primeiro dado capturado, que para tornar-se conhecimento

precisa passar por um processamento humano capaz de transformar a informação capturada em “inteligência” que estimula novas formas de ação (SEELEY; DAVENPORT, 2006).

A tecnologia da informação, como o próprio nome já esclarece, lida prioritariamente, com o processamento de informações e está atrelada, retomando os termos de Campos Filho (1994), a um conjunto de artifícios de coleta, transmissão, estocagem, recuperação, manipulação e exibição de informações e não de conhecimento. Obviamente, a tecnologia também pode fornecer suporte ao conhecimento, mas não pode produzi-lo.

O funcionamento essencial da tecnologia da informação está na geração de dados, até então inexistentes, ou na simplificação do acesso e manipulação dos já existentes. Através da TI, uma organização jornalística, por exemplo, que não sabe a que tipo de fontes recorre em uma determinada edição de um jornal, pode ter acesso a esse dado enquanto a edição está sendo produzida. Este dado configura, portanto, uma informação que ao ser considerada útil e ser utilizada, por exemplo, para balancear os tipos de fontes da edição atual ou de uma próxima terá sido tornado conhecimento.

A inserção de novas tecnologias, ainda segundo Campos Filho (1994), não deve partir de uma relação pontual, mas de uma compreensão cíclica, que considera as necessidades e oportunidades relativas aos contextos tecnológicos e de negócios. Sua aplicação, por sua vez, influencia a geração de novas práticas de trabalho, que podem se fundir ao modo tradicional de realizar determinada atividade, como pode ser visualizado na figura abaixo.



**Figura 3 - Ciclo de vinculação entre mudanças tecnológicas e novas práticas**

Fonte: CAMPOS FILHO (1994, p.37).

Seguindo o desenho proposto pelo autor, a partir das tecnologias correntes, é possível perceber que é nelas, e nas oportunidades e necessidades de negócio que são visualizadas as necessidade e oportunidades tecnológicas que por sua vez são a base para as novas tecnologias. As novas tecnologias não se implementam, portanto, apenas devido às disponibilidades técnicas, nem partem do zero, desconsiderando as tecnologias já utilizadas.

Uma vez implantadas, as novas tecnologias geram novas práticas de trabalho, que se forem aceitas e mostrarem-se mais eficientes para a realização das ações, tendem a transformar-se em práticas de trabalho correntes, assim como as novas tecnologias tornar-se-iam tecnologias correntes. Ambas expostas às outras necessidades e oportunidades que, da mesma forma, impulsionaram novas tecnologias e novas práticas de trabalho.

Deste modo, a observação cuidadosa das necessidades e oportunidades que o contexto do negócio contém é essencial para que a utilização da tecnologia seja bem-sucedida. Não só porque a tecnologia deve responder a situações específicas, mas também porque ela tenderá a gerar modificações que se forem equivocadas podem comprometer a ação cotidiana.

Tapscott e Caston (1995) afirmam que as mudanças fundamentais no ambiente empresarial, associadas a um novo paradigma tecnológico, apresentam grandes desafios para a organização como um todo. Mas afirmam, incisivamente, que a principal dificuldade gerada não se encontra na área tecnológica, mas no desenvolvimento de um novo enfoque gerencial.

Ao perceber a tecnologia como uma importante ferramenta cuja utilização deve estar atrelada à potencialização das disponibilidades humanas, este trabalho opta por pensar a gestão do conhecimento de maneira mais humanizada e com o foco em novas atitudes e estratégias, que podem ser geradas pela utilização de recursos tecnológicos, e não na tecnologia.

Esta compreensão de prioridade altera, de maneira significativa, o foco de ações da gestão de uma empresa em busca do próprio desenvolvimento. A modificação exige, por exemplo, que os grandes investimentos de tempo e dinheiro foquem os recursos humanos e não a simples compra de aparatos tecnológicos. Antes de questionar que tipo de dispositivo poderia ser adquirido pela empresa, cabe perguntar que dispositivos melhorariam o desempenho das funções dos colaboradores.

Dito de outra forma, este panorama traz a percepção de que o centro do conhecimento e da inteligência está nas pessoas e não nos sistemas. O que desafia gestores e usuários (bem como produtores dos recursos tecnológicos) a procurar na tecnologia não a solução para os problemas organizacionais, mas um estímulo que induza a procedimentos e relacionamentos

aperfeiçoados, que, por sua vez, estimulem mudanças na cultura organizacional, considerando as mudanças qualitativas impostas em cada contexto.

### **3.2 Gestão do conhecimento**

A tecnologia da informação atua, como visto, como o suporte através do qual, entre outras, as avaliações dos produtos e procedimentos de mídia são realizadas. É verdadeiro afirmar que é possível realizar tais avaliações e gerir as informações e o conhecimento sem fazer uso de recursos tecnológicos. Mas é igualmente verdadeiro que a tecnologia facilita e agiliza a obtenção e o trato da informação e que o seu uso estratégico potencializa o conhecimento. O uso de tecnologias da informação torna-se, dessa forma, uma poderosa ferramenta para a avaliação de mídia e para a gestão do conhecimento:

A gestão do conhecimento tornou-se, assim, um dos maiores usos estratégicos da tecnologia da informação. Muitas empresas estão montando sistemas de gestão do conhecimento para administrar a aprendizagem organizacional e seu know-how. O objetivo dos sistemas de gestão do conhecimento é ajudar os trabalhadores do conhecimento a criar, organizar e disponibilizar conhecimento importante dos negócios, sempre e onde ele for necessário em uma organização. (O'BRIEN, 2010, p. 60)

A gestão do conhecimento pode ser entendida, de acordo com Rossatto (2003), como um processo estratégico contínuo e dinâmico que objetiva gerenciar o capital imaterial da organização e todos os pontos estratégicos a ele relacionados e estimular a conversão do conhecimento. Com isso, além de apenas armazenar e processar dados, uma organização pode desenvolver a capacidade de gerar conhecimentos.

Todas as organizações lidam continuamente com uma grande quantidade de informações necessárias para efetivar seus produtos ou serviços, muitas delas são utilizadas apenas pontualmente ou não são exploradas na sua potencialidade. Considerando a importância da informação na sociedade pós-revolução tecnológica, a gestão do conhecimento compreende este uso parcial como um desperdício de matéria-prima.

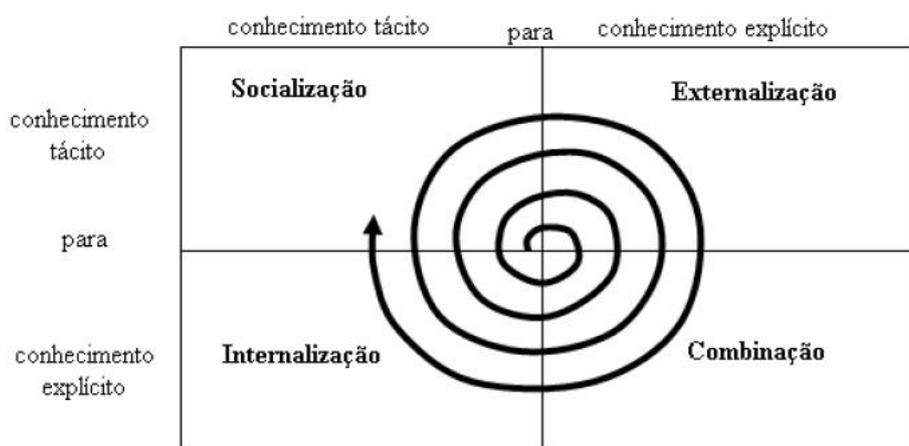
As ferramentas de avaliação de processos e produtos, como a que esta dissertação apresenta, pretendem sistematizar dados potenciais e transformá-los em informações úteis para melhorar os próprios processos e produtos dos quais foram retirados. A ferramenta, que é um recurso tecnológico, procura então estimular novos usos para a informação que captura, de forma que a gestão do conhecimento precisa de indivíduos dotados de conhecimento que atribuam um uso estratégico a informação facilitada.

Neste sentido, a produção dos japoneses Takeuchi e Nonaka (2008) contribui de maneira decisiva e harmônica para aprofundar a noção de gestão do conhecimento neste esforço de pesquisa, uma vez que centraliza o indivíduo no processo de criação do conhecimento. Os autores partem de uma estrutura dotada de duas dimensões, uma ontológica e outra epistemológica que se influenciam mutuamente para a criação e gestão do conhecimento.

Na dimensão ontológica, a organização processa uma amplificação do conhecimento da instância individual, na qual é criado, para uma instância coletiva, que cristaliza o conhecimento como recurso de toda a organização (TAKEUCHI; NONAKA, 2008). Enquanto na dimensão epistemológica o conhecimento é organizado nas instâncias tácita e explícita, sem que haja uma separação total entre elas.

"O conhecimento tácito é pessoal, específico ao contexto e, por isso, difícil de formalizar e comunicar. O conhecimento explícito ou 'codificado', por outro lado, refere-se ao conhecimento que é transmitido na língua formal, sistemática" (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 57). Enquanto o conhecimento tácito dá conta de um saber cognitivo, profundo e que não precisa ser sistematizado, o conhecimento explícito representa, entre todo esse saber, aquele que pode ser enquadrado em um código e transmitido através dele para outros sujeitos.

É no trânsito entre os saberes tácitos e explícitos que o conhecimento é criado, proporcionando a existência de quatro modos de conversão do conhecimento. A passagem de uma instância tácita para outra também tácita é chamada de socialização; do conhecimento tácito para o explícito, externalização; entre conhecimentos explícitos, combinação; e do conhecimento explícito para o conhecimento tácito, internalização.



**Figura 4 - Quatro modos de conversão do conhecimento.**

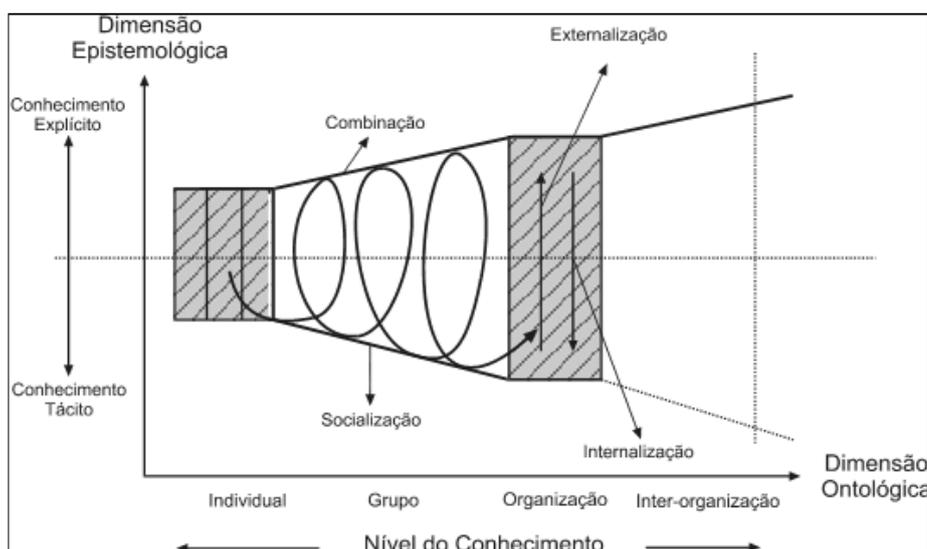
Fonte: TAKEUCHI; NONAKA (2008, p. 60).

A socialização (tácito-tácito) é um processo de compartilhamento de experiências sem que seja necessário formalizar os ensinamentos através da linguagem. Através da observação, da imitação e da prática, por exemplo, indivíduos podem aprender saberes, além de tornarem-se hábeis para continuar propagando-os através dos mesmos recursos. É o tipo de conversão de conhecimento a que está exposto o jovem jornalista enquanto observa o profissional experiente realizar suas tarefas.

A externalização (tácito-explícito) articula conhecimentos pessoais e internos através de um código formal que torna o saber acessível a outros sujeitos, mesmo que não possam compartilhar do mesmo ambiente e nele observar e imitar a execução do saber. Para Takeuchi e Nonaka (2008), esse processamento de conversão do conhecimento interno em conceitos formais é a essência da criação do conhecimento. Este processamento também é, como será destacado posteriormente, a base da Matriz de Relevância, que procura fornecer uma estrutura capaz de auxiliar a externalização dos saberes tácitos utilizados pelos jornalistas para avaliar e hierarquizar a relevância de fatos e notícias.

A passagem através da combinação (explícito-explícito) é um processo de sistematização e aproximação de conceitos já formulados, que permite, inclusive, relacionar conhecimentos de áreas distintas, como o que se tenta fazer nesta parte do trabalho, aproximando saberes já formalizados dos campos da comunicação e da administração.

A internalização (explícito-tácito), por fim, é um processo de incorporação que torna particular, interno e específico saberes formais e gerais. De acordo com os autores, a socialização, a combinação e a internalização têm sido discutidas a partir de várias perspectivas na teoria organizacional, ao passo que a externalização costuma ser negligenciada. Ao somar às variações da dimensão epistemológica, às transformações da dimensão ontológica, os autores constroem a espiral do conhecimento organizacional, que conforme a figura 5 transita entre o tácito e o explícito e entre o individual e o coletivo.



**Figura 5 - Espiral da criação do conhecimento organizacional**

Fonte: TAKEUCHI; NONAKA (2008, p. 70).

Não há, na obra dos autores, a hierarquização entre dimensões do saber ou construções lineares que indiquem, por exemplo, que o conhecimento explícito é a evolução do tácito e que a instância coletiva é o que se pretende alcançar em detrimento da individual. O texto apresenta, como já foi dito, uma dimensão dinâmica e relacional do conhecimento, atrelada a contínua transição, mútua influência e interdependência. Como pode ser visto nas figuras quatro e cinco, nas quais as setas nunca fixam uma única direção, mas contribuem para solidificar a ideia de dinamicidade do conhecimento.

Esta percepção do conhecimento como algo que está em constante movimento, que pode ser criado e recriado, além de poder ser utilizado para gerar mais conhecimento e melhores práticas, é essencial para esta pesquisa cujo intuito é apresentar e testar uma metodologia de avaliação da relevância. A construção da ferramenta, de fato, procura dialogar com todas as instâncias de conversão de conhecimento, com atenção especial para o processo de externalização.

Na produção jornalística muitos saberes são transmitidos via socialização, sendo tornados explícitos muito raramente. A desvantagem de processar conhecimentos presos a uma condição tácita, sem alcançar sua potencialidade cíclica, é a incapacidade de questionar estes saberes, seja para aprimorá-los, mantê-los ou negá-los.

Uma das funções da ferramenta é tornar explícito um conjunto de conhecimentos com os quais o jornalista lida diariamente de forma tácita. A avaliação de relevância, por exemplo, é feita sempre que um jornalista seleciona um conteúdo que pode ser transformado em notícia

em detrimento de outro, quando hierarquiza informações dentro de um conteúdo ou quando dispõem notícias prontas em locais de maior ou menor destaque. Parece haver muita clareza na realização destas avaliações, mas certamente há pouca sistematização.

A externalização de classificações de relevância feitas diretamente pelo jornalista ou indiretamente pelo pesquisador, no contato com o produto, permite gerar dados que podem ser úteis para repensar aspectos do fazer jornalístico. Neste processo, um recurso já existente passa a ser explorado como matéria-prima de uma produção mais estratégica, que não procura desvalorizar as classificações que costumam ser feitas, mas avaliá-las e tratá-las de maneira sistemática, oferecendo modernização aos processos e inteligência às organizações.

### **3.3 A gestão do conhecimento jornalístico**

A construção de uma ferramenta requer ainda a compreensão de aspectos das rotinas das organizações jornalísticas. Para tanto, serão utilizados saberes gerados pelos estudos do *Newsmaking*, que fornecem uma sociologia dos emissores, na qual serão destacados os valores-notícia, uma vez que a aferição de relevância, como discutido no início do trabalho, relaciona-se diretamente com esse saber.

Interessada em compreender os critérios ou os modos de construção da agenda que os veículos de comunicação de massa fornecem e como esta agenda está associada às exigências cotidianas para a produção da notícia, a abordagem do *newsmaking* articula-se principalmente em torno de dois limites. Por um lado, os estudos indicam uma decisiva influência da cultura profissional do jornalista e por outro, da organização do trabalho e dos processos produtivos. Este combinado de influências constitui a noticiabilidade, que tem os valores-notícia como principais representantes da cultura profissional e as rotinas produtivas como responsáveis por organizar o conjunto de procedimentos necessários (WOLF, 2009).

Wolf (2009) chama atenção para um aspecto decisivo e que influenciou tanto a constituição da cultura profissional, quanto a dinâmica de funcionamento da organização e dos seus processos: a escassez de tempo. De fato, a agilidade, sempre existente e cada vez maior, que é exigida da notícia e, por consequência, do jornalista e do seu processo de produção em contato com as mais diversas temáticas, requer estruturas pré-estabelecidas que indiquem de antemão o que é relevante e como deve ser selecionado.

Retomando a definição de Golding e Elliott (1979), é possível indicar que os valores-notícia são estas estruturas e que funcionam não só selecionando elementos dignos de serem incluídos no produto final, mas também como linhas-guia para a apresentação do produto.

Ao retomar Gans (1979), por sua vez, permite-se acrescentar que os valores-notícia são critérios precisos, que se aplicam com facilidade e rapidez, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão pelos jornalistas, quase que de maneira instintiva e automática. Há, dessa forma, um processo de internalização de conceitos pré-existentes, tornando-os pessoais e aplicáveis em cada contexto.

A internalização, enquanto parte do processo de criação do conhecimento, precisa ser acrescida de outras formas de conversão para que a possibilidade de inovação se mantenha. Enquanto na literatura há pouca discordância sobre a internalização dos valores, há alguma oposição sobre a capacidade do jornalista de externalizar o conhecimento tornado pessoal.

Para alguns autores, os profissionais são incapazes de externalizar os critérios que compõem sua seleção, para outros, entre os quais estão Golding e Elliott, citados por Wolf (2009) existe alguma medida de exteriorização dos conhecimentos sobre o valor noticioso. Para os autores, os valores-notícia não estão além da capacidade de compreensão dos jornalistas, uma vez que eles utilizam estes saberes continuamente nas suas interações cotidianas e na sua cooperação profissional (GOLDING E ELLIOTT, apud WOLF, 2009).

Neste trabalho, não há a intenção de questionar a capacidade do jornalista de transmitir seus critérios de seleção, mas a possibilidade de fazê-lo de uma maneira formal e sistemática, a ponto de justificar o procedimento adotado. O saber do jornalista e sua validade não são questionados, mas provocados na sua relação entre teoria e prática, essencial para gerar inovações comprometidas com as funções sociais das organizações e para responder às exigências de *accountability*. A externalização, deste modo, além de gerar informações que podem ser tratadas e transformadas em conhecimento, auxilia o atendimento à exigência contemporânea por transparência nos procedimentos tanto em relação ao público interno, quanto ao externo.

Voltando-se para a organização do trabalho, é preciso frisar a dependência do jornalista aos esquemas de seleção, uma vez que eles não existem apenas por uma força da cultura profissional, mas porque são de alguma maneira eficientes, uma vez que permitem, segundo Gans (1979, p. 282), o alto rendimento de três recursos que são escassos: o pessoal, o formato e o já citado tempo de produção. Atualmente, ainda que a limitação de forma venha

sendo amenizada pelo espaço disponibilizado pela internet, esta flexibilização convive com uma pressão ainda maior a respeito da redução de pessoal e de tempo. Sobre a questão, Wolf acrescenta que

Esta forma de organizar a recolha dos materiais noticiáveis está intrinsecamente ligada à necessidade de rotinizar o trabalho, o que provoca uma limitação substancial e uma redução - atenuadas, porém, pela estabilidade e pela produtividade - dos possíveis canais de recolha. (WOLF, 2009, p. 221)

A produtividade buscada padroniza não só os critérios de seleção, mas também a linguagem, as fontes e os canais prioritários de recolhimento da informação. A produtividade, em questão, é uma forma de gerenciar os esforços da organização, sem perder de vista a relevância. Utilizando as sistematizações construídas, a fim de levar a uma compreensão da relevância jornalística, é justamente a busca por relevância que gerencia os esforços necessários para alcançá-la, que gera a noticiabilidade ou relevância jornalística comparativa. Ainda retomando os conceitos dispostos no primeiro capítulo, a melhor situação de equilíbrio entre a geração de efeitos relevantes e o gerenciamento dos esforços admitidos gerará a noticiabilidade ótima.

Considerando a perspectiva exposta por Wolf, de que todos esses elementos trazem por um lado limitações e por outro estabilidade e eficiência, para reduzir possíveis limitações é importante desenvolver sugestões de melhora que também não comprometam a eficiência. Em outros termos, toda sugestão de acréscimo de relevância deve levar em consideração os esforços que este acréscimo exigirá e as reais disponibilidades organizacionais de aumentar os seus esforços sem atingir a exaustão.

De maneira resumida, a existência dos valores-notícia permite aos jornalistas administrar seus esforços de produção, uma vez que torna os procedimentos de trabalho mais rotineiros, fáceis, rápidos e eficientes. Mas a sua aplicação costuma ser feita a partir de conhecimentos internalizados e transmitidos por socialização ou através de uma sistematização mínima, que não permite ao jornalista ou ao veículo dar conta de que valores-notícia têm sido priorizados, utilizar tais informações para potencializar ações da organização, nem gerar transparência e meios de *accountability*.

A partir deste panorama, o mecanismo de aferição de relevância descrito a seguir procurará externalizar, de maneira sistemática e quantificável, a dimensão tácita dos valores-notícia utilizados pelo jornalista para selecionar um conteúdo em detrimento de outro e para hierarquizar unidades informativas. Além de auxiliar a externalização, a ferramenta se

apresenta como avaliadora de qualidade e como instrumento de *accountability*, conforme descrito anteriormente.

### **3.4 Matriz de Relevância enquanto recurso tecnológico**

A Matriz de Relevância, funcionalidade do software Qualijor, é uma ferramenta que serve ao objetivo de auxiliar o processo de avaliação da relevância jornalística. Para tanto, ela é composta por categorias amplas, os macro valores, e subcategorias ou valores-notícia. Esta funcionalidade permite infinitas combinações de categorias e subcategorias, a depender das intenções específicas e das justificativas de quem a utiliza.

Na utilização que será descrita adiante, por exemplo, a Matriz de Relevância divide um grupo de 37 valores-notícia em cinco categorias e os oferece para o reconhecimento de jornalistas ou pesquisadores. A justificativa dos valores e das categorias será feita adiante, de antemão, entretanto, é válido indicar que a gestão do conhecimento que se deseja estimular parte desta citada ação de reconhecimento de alguns valores-notícia.

Sendo a Matriz de Relevância uma tecnologia da informação, não cabe a ela avaliar sozinha ou solucionar qualquer problema da produção jornalística. Sua função é recolher e registrar dados que são oriundos da ação dos jornalistas e que podem ser úteis para tornar as rotinas mais inteligentes, uma vez que podem ser geridos e transformados em conhecimento.

A criação desta tecnologia se justifica por um conjunto de necessidades e oportunidades do setor tecnológico e do campo de negócio do jornalismo. Sobre as ameaças relativas ao negócio, pode ser citada, por exemplo, uma onda de descrédito sobre a independência e qualidade da produção jornalística, que se agrava pelo crédito concedido a produções não jornalísticas. Neste sentido, uma ferramenta de avaliação que exponha a correspondência a esta característica definidora, a transmissão de informações sempre relevantes, não só apresenta uma credencial de qualidade e uma justificativa para as decisões, mas também se diferencia das transmissões não jornalísticas, que nem apresentam princípios, nem garantem seu cumprimento.

Sobre as necessidades e oportunidades tecnológicas, é possível apontar como situação geradora a Revolução tecnológica, que também está envolvida com as modificações do setor de negócio do jornalismo. A mesma disseminação de meios que permite a antiga audiência tornar-se elaboradora e disseminadora de informações permite aos jornalistas uma produção mais simples, mais rápida, em maior quantidade.

Como esta revolução modifica a relação com a informação, é gerada uma outra necessidade. Não se trata apenas de conhecer a notícia produzida e os assuntos que a tangenciam, mas de conseguir armazenar essas informações em larga escala e utilizá-las para pensar a prática como uma totalidade, saindo de uma dimensão de análise de um produto e chegando ao conhecimento do processo de produção. Este recolhimento e retomada das informações de maneira rápida e simplificada permite, e ao mesmo tempo provoca, as instituições jornalísticas a conhecer como as escolhas são realizadas e no que resultam tais escolhas, utilizando este conhecimento para melhorar a execução cotidiana do fazer.

Assim, além da informação que é matéria-prima da produção da notícia, em outra ordem, estas mesmas informações são matéria-prima da gestão do conhecimento que se pretende implementar. Os valores-notícia, as fontes, os pontos de vista, os elementos que asseguram a veracidade das informações, os locais de apuração, o tempo de processamento de uma notícia, entre outros, não são apenas elementos de uma notícia, mas também podem se transformar em orientações para tornar a prática mais eficiente.

A Matriz de Relevância, como todas as outras matrizes que compõem o Qualijor, ainda buscam referência nas tecnologias atualmente utilizadas pelos jornalistas, não ignorando que um recurso tecnológico pode ser abandonado e deixar de alcançar sua potencialidade por rejeição do público alvo. O olhar para as tecnologias correntes considera tanto as tecnologias que os jornalistas já utilizam, quanto a forma como elas interferem nas rotinas de produção.

Jornalistas, estudiosos da área e interessados têm discutido a mudança no perfil dos jornalistas diante da utilização dos recursos tecnológicos. Para além de discutir sobre a melhor forma de obter informações, é necessário chamar a atenção para o perfil comum dos jornalistas conectados, que encontram e produzem suas matérias cada vez mais utilizando o telefone e a internet. E mesmo quando deixam a redação não se desligam dos seus dispositivos móveis, que são ferramentas de contato, de pesquisa, de produção de áudios, vídeos e fotos, de localização geográfica, entre outras.

A densa inclusão destes recursos na produção permite pensar em ferramentas tecnológicas, que como a Matriz de Relevância, sejam utilizadas ao longo do processo de produção, aliando a análise de relevância que já é realizada com a já disseminada utilização de dispositivos. O Qualijor, de maneira mais ampla, e a Matriz de Relevância, enquanto funcionalidade que o constitui, procuram utilizar as potencialidades tecnológicas existentes e o trânsito do jornalista pela utilização da tecnologia para constituir-se como recurso que não

só auxilia o trato da informação matéria-prima da notícia, mas também organiza-a para ser também matéria-prima da gestão do conhecimento.

Em algum momento, o telefone e a internet foram novas tecnologias para a produção jornalística, que ao se tornarem comuns tornaram habituais as modificações procedimentais decorrentes do seu uso. Mesmo que ainda gerem discussões, não é novidade apurar uma notícia a partir de uma entrevista realizada por e-mail e ilustrar uma matéria com fotos coletadas nas redes sociais. Da mesma forma, a utilização da Matriz de Relevância tende a modificar aspectos da rotina de produção.

Interessada em estimular rotinas mais inteligentes, a Matriz de Relevância foi construída tendo como horizonte o auxílio à maximização da produção de conhecimento. Nos quatro modos de conversão do conhecimento, Takeuchi e Nonaka (2008) chamam atenção para a conversão do conhecimento tácito em explícito, no processo de externalização, indicando que esta transição é a essência da produção de conhecimento, mas que, contraditoriamente, é o aspecto menos estudado.

Na observação da produção jornalística percebe-se, de fato, uma necessidade de estudar e potencializar formas de externalização, estimulando a continuidade do ciclo, uma vez que os jornalistas aprendem a ser muito hábeis na utilização do conhecimento tácito, reforçando a internalização e a socialização. A Matriz de Relevância, considerando os valores-notícia como indicadores deste requisito, inicia a recolha das informações a serem processadas estimulando a externalização dos saberes.

A partir de um comando simples na Matriz, os jornalistas podem sinalizar os valores-notícia identificados por eles no acontecimento e a sua intensidade. Esta marcação do valor utilizado altera o trato com o conhecimento de uma dimensão tácita para uma explícita, que não só pode ser visualizada pelos colegas, mas também pode dar suporte a uma série de mudanças estratégicas, que possibilitam a inovação dos produtos e processos.

Uma vez aceita, a ferramenta e a metodologia que ela embute tendem a ter o seu processamento internalizado, facilitando o trânsito entre os modos de conversão do conhecimento e propondo a internalização de valores baseados em um tratamento normativo maior. As informações externalizadas também possibilitam o incremento aos processos de combinação e assim aos ambientes mais colaborativos, não só pela troca de conhecimento tácito, mas pela troca de conhecimento tornado explícito, mais fácil de manejar, armazenar e retomar.

No capítulo seguinte, a Matriz de Relevância será descrita não mais a partir da sua origem tecnológica e do seu incentivo à gestão do conhecimento, mas terá sua estrutura e funcionamento expostos a partir dos parâmetros jornalísticos de relevância. Ao mesmo tempo, as bases metodológicas deste trabalho, tanto referentes à produção da ferramenta, quanto ao seu teste serão descritas e oferecidas para questionamento e avaliação.

#### **4 QUALIJOR E MATRIZ DE RELEVÂNCIA: PESQUISA DE DESENVOLVIMENTO EXPERIMENTAL E SEU TESTE**

Em busca de responder à questão geral que norteia este trabalho, isto é, como avaliar a relevância jornalística dos fatos de maneira sistemática e baseada em critérios prévios, são necessários dois movimentos amplos voltados para o desenvolvimento da ferramenta e para o teste da efetiva capacidade desta de medir e avaliar relevância de maneira sistemática. Depois de ter buscado contextualizar a relevância despertada em uma audiência como um elemento de qualidade necessário à produção jornalística; de tratar da definição e da ampliação da percepção desta relevância e; de expor elementos da tecnologia da informação e da gestão do conhecimento aplicados ao jornalismo, passamos, portanto, a nos dedicarmos à descrição da ferramenta que procura implementar esses saberes e ao teste que será realizado a seguir.

A primeira dimensão busca responder o problema de pesquisa a partir da proposição de uma metodologia de avaliação, bem como do software que a implementa. Isto é, responde à questão apresentando o Qualijor, e especificamente a Matriz de Relevância, como recurso capaz de estimular a avaliação sistemática desejada. Em seguida, na segunda dimensão, o trabalho realiza um experimento, cuja intenção é testar a efetividade do software e da metodologia apresentados no primeiro momento.

Metodologicamente, estes movimentos podem ser enquadrados como parte de uma pesquisa de desenvolvimento experimental, sendo que o teste, especificamente, ainda responde às exigências procedimentais de uma pesquisa experimental, delineada a partir de um grupo de controle e um pós-teste, como será melhor explicado a seguir. Antes de detalhar estes elementos, é necessário chamar a atenção para algumas questões relativas aos desafios da pesquisa em jornalismo. Tais questões são importantes para este trabalho, uma vez que elas procuram contribuir com a complementação de algumas lacunas visualizadas.

Um aspecto inicial deste desafio é discutido por Franciscato (2006), que após traçar um breve panorama das pesquisas em comunicação naquele momento, aponta para uma contradição interessante. Mesmo estando entre as Ciências Sociais Aplicadas, divisão estabelecida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por exemplo, a maior parte das pesquisas em jornalismo não adota tal postura, mas se vincula ao campo das ciências humanas.

Ao tratar desta contradição, Machado (2005) aponta para três grandes questões. A primeira refere-se à dissociação entre as graduações e as pós-graduações e a falta de uma

produção teórica e técnica que estimule novas práticas. O autor aponta para um cenário em que os cursos de graduação estão restritos à formação técnica, desprovida de teorias, e no qual a pós-graduação não contribui para a sua melhoria, seja com novas teorias seja com o estímulo à inovação tecnológica (Machado, 2005).

O segundo ponto destacado pelo autor é de ordem financeira, uma vez que diferente das pesquisas teóricas, que necessitam apenas de pesquisadores qualificados, a pesquisa aplicada precisa de uma estrutura laboratorial que demanda investimentos. O autor finaliza sua lista de questões apresentando o que descreve como um equívoco ideológico capaz de reduzir o interesse pela realização de pesquisas aplicadas.

Constituída como uma área que reivindica uma tradição das Ciências Humanas, crítica e de forte predominância do marxismo, a comunicação sempre manifestou enorme desconfiança, quando não ojeriza a qualquer possibilidade de interagir com as demais instituições da sociedade, notadamente as de caráter empresarial. (MACHADO, 2005)

A concretude desta leitura do campo a mantém atual, mesmo tendo transcorrido uma década desde a sua apresentação, fazendo com que ela ainda seja precisa para explanar as razões pelas quais as pesquisas em jornalismo mantêm a tendência a conduzir suas discussões para o interior de disciplinas humanísticas fundadoras de quadros conceituais, tirando o foco das questões específicas ao jornalismo (FRANCISCATO, 2006).

Reforçando a atualidade indicada, Zelizer apud Guerra (2015) aponta ainda que esta condução das pesquisas para dentro de disciplinas do campo das ciências humanas é agravada pelo isolamento temático destes esforços de pesquisa. O que resulta em um conjunto de trabalhos que não só não consegue convergir e dialogar, mas que também age contra a clareza do que seja o jornalismo ou seus conceitos-chave, uma vez que costuma se destinar a aspectos parciais, afastando-os tanto da sua relação com o todo quanto de um teor normativo.

Assim como Franciscato (2006) e Machado (2005), Guerra (2015) reforça, na leitura das pesquisas dedicadas ao jornalismo, a pequena representatividade numérica de trabalhos voltados para solucionar problemas enfrentados pela atividade. O autor sugere que a maior parte da pesquisa dedicada ao jornalismo é de natureza básica, interessada em uma compreensão do objeto e de suas múltiplas relações, sem que a suas descobertas tenham se transformado em bases para a realização de pesquisas aplicadas.

Mesmo estando além das capacidades deste trabalho discutir com rigor a localização mais adequada para o campo de estudos do jornalismo, parece inevitável considerar a necessidade da pesquisa aplicada, uma vez que os conhecimentos e procedimentos da

atividade jornalística exigem um contínuo aperfeiçoamento tanto para corresponder às exigências sociais quanto para dar conta das transformações na sociedade (FRANCISCATO, 2006, p. 4).

A clara valorização que os trabalhos citados, bem como esta dissertação, dedicam à pesquisa aplicada deve-se a esta preocupação com questões práticas enfrentadas pela atividade, estando interessada em gerar soluções para problemas reais. Essas soluções não se desvinculam da pesquisa básica, em vez disso, devem se desdobrar dela e solidificar-se a partir do seu desenvolvimento teórico. Como não partem do nada, também não precisam ser finalizadas em sua fase aplicada, podendo avançar para a etapa de desenvolvimento experimental ao transformar o conhecimento aplicado em uma ferramenta, como pretendido no desenvolvimento do Qualijor.

Estas três dimensões do exercício de pesquisa podem, então, ser assim definidas:

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. O desenvolvimento experimental consiste em trabalhos sistemáticos com base em conhecimentos existentes obtidos pela pesquisa ou experiência prática, para lançar a fabricação de novos materiais, produtos ou dispositivos, para estabelecer novos procedimentos, sistemas e serviços ou para melhorar os já existentes em P&D. (MANUAL FRASCATI, 2002, p. 38)

A pesquisa de desenvolvimento experimental com a qual esta dissertação pretende contribuir partiu de uma pesquisa básica que organizou novos conhecimentos sobre fenômenos e elementos essenciais ao jornalismo e ao seu processo de produção. A pesquisa aplicada que a seguiu operacionalizou a sistematização conceitual herdada através de métodos e procedimentos técnicos, que, por fim, culminaram no desenvolvimento da ferramenta Qualijor, que materializa as fases anteriores e as põem à prova.

A produção desta ferramenta, encadeando saberes teóricos e problemas práticos que necessitam de solução, adota uma estrutura metodológica que chamamos de teoria aplicada do jornalismo e que requer considerar dois princípios elementares, o da Finalidade e o Complementaridade (GUERRA, 2015).

O Princípio da Finalidade deve levar em conta os papéis que a instituição jornalística se propõe ou é solicitada a cumprir na sociedade, mediante acordos e convenções estabelecidos socialmente. Certamente, há nestes papéis uma dimensão ética e política fruto da institucionalização do jornalismo como atividade social, de extrema relevância nas sociedades democráticas contemporâneas. O Princípio da 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 da Finalidade, quando considerada a prática do jornalismo. (GUERRA, 2015, p. 7-8)

De maneira sintética, Guerra (2015) apresenta como os papéis da instituição jornalística, que compõem o Princípio da Finalidade (PF), a obrigação de produzir informação **verdadeiras, plurais** e que atendam às expectativas de **relevância** da audiência tanto na sua dimensão pública quanto na privada. Os componentes do PF são essenciais para a definição de parâmetros de desempenho, pois o objetivo aplicado do Qualijor os utiliza como referência para desenvolver instrumentos de avaliação de qualidade para produtos jornalísticos, que pretendem ser incorporados ao processo de produção.

Em outros termos, os elementos que compõem o PF são transformados em requisitos, que orientam a avaliação de uma produção já constituída e podem ainda orientar a constituição de novas produções, norteando os processos produtivos a partir das finalidades essenciais à prática. Devido às dificuldades em realizar testes em uma situação produtiva real, por ora, o Qualijor tem sido testado principalmente quanto a sua capacidade avaliativa dos materiais jornalísticos.

Os objetivos extraídos do Princípio da Finalidade são validados em um conjunto de seis eixos definidos pelo Princípio da Complementaridade (PC), mesmo não havendo uma ordem necessária, estes eixos serão apresentados em sequência, a fim de facilitar sua percepção. O primeiro deles é o eixo teórico, indicando que os elementos do PF precisam ser fundamentados pela teoria; o segundo eixo indica a necessidade de considerar o procedimento técnico, necessários a aplicação do PF; em seguida, no terceiro eixo, os Princípios de Finalidade são explorados quanto à relação ética que provocam (GUERRA, 2015).

No quarto eixo, ou eixo dos processos, o atendimento aos elementos que constituem o PF é visto a partir de um conjunto de procedimentos operacionais e administrativos, considerando que além do modo de fazer, expresso no eixo dois, é necessário acrescentar, à validação do PF, a lógica de produção, que embute uma realidade externa ao jornalismo, com a qual ele precisa dialogar. O eixo tecnológico, descrito em seguida, trata de um conjunto de equipamentos e das competências para operá-los, eixo que não pode ser subestimado ou visto apenas de maneira pontual, não só porque a prática jornalística não se realiza sem tecnologia, mas também porque os recursos tecnológicos podem motivar grandes alterações nos ambientes de produção, como destacado anteriormente. O último eixo, denominado de eixo da sustentabilidade, soma a obrigação de alcançar o PF à necessidade de uma organização ser viável, tanto numa dimensão ambiental, quanto social e econômica.

A avaliação de qualidade sistematizada no Qualijor procura contemplar o conjunto desses eixos e princípios articuladamente. O Qualijor e os requisitos nele embarcados têm uma fundamentação teórica, são respaldados por uma avaliação ética, são compatíveis com técnicas profissionais vigentes e sugerem técnicas que podem ser incorporadas pela profissão; são compatíveis com processos existentes e sugerem incrementos possíveis de serem incorporados; a tecnologia existente permite realizar as proposições feitas através do conceito do Qualijor e dos seus requisitos; o desenvolvimento do Qualijor e a incorporação dos requisitos de qualidade ao processo jornalístico exigem um investimento que pode ser compatível com a sustentabilidade das organizações, vindo inclusive a contribuir com ela, pelo valor agregado que pode proporcionar. (GUERRA, 2015, p. 10)

A partir destes elementos de caracterização do ambiente da pesquisa em jornalismo e da descrição de como os esforços de pesquisa em torno do Qualijor pretendem lidar com ele, o trabalho passará a esclarecer a estrutura desenvolvida considerando os princípios da Finalidade e da Complementaridade. Enquanto a estrutura total do Qualijor pretende ser descrita de maneira a levar a uma compreensão básica, o arcabouço da Matriz de Cobertura receberá mais espaço, procurando motivar uma reflexão mais densa e interligada com os saberes expostos até este momento.

#### **4.1 Qualijor e Matriz de Relevância, constituição**

Conforme já salientado, o Qualijor é um software de gestão da produção e de avaliação de conteúdos jornalísticos orientado para a qualidade editorial, por meio de indicadores de desempenho que devem ser registrados ao longo do processo de produção. Enquanto produção inédita, o Qualijor é registrado junto ao Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (Inpi) sob o número BR 51 2015 000113 2. A princípio o programa foi batizado de Sistema de Gestão da Produção Jornalística (SGPJ), mas por necessidades de registro, passou a ser denominado Qualijor<sup>4</sup>.

A estrutura do Qualijor, orientando-se pela teoria aplicada ao jornalismo, visa reunir e sistematizar conceitos, fundamentos e relações, transformando-os em requisitos e indicadores para avaliações claras e sistemáticas. O Qualijor faz uso, dessa forma, de uma articulação entre teoria e método que instrumentaliza o seu desenvolvimento experimental. A pesquisa de desenvolvimento experimental nas ciências sociais, reforçando o que já foi dito, pode ainda ser definida como um processo capaz de converter os conhecimentos adquiridos, por meio de

---

<sup>4</sup> A autoria do Qualijor é atribuída aos Professores Josenildo Luiz Guerra (Departamento de Comunicação Social - UFS) e Débora Maria Coelho Nascimento (Departamento de Computação - UFS), além dos então estudantes de Engenharia de Computação Laerth de Jesus Bernardo, Elissandro Messias Santos e Ladyllsson Porto Silva Sobrinho; e de Jornalismo Liliane do Nascimento Santos e Alanna Molina Vieira Lins.

pesquisas nos programas operacionais, incluindo os projetos de demonstração desenvolvidos a fim de fazer testes e avaliações finais (MANUAL DE FRASCATI, 2002).

A pesquisa de desenvolvimento experimental que produz o Qualijor é constituída por várias etapas que seguem em diversas direções e por vezes veem-se obrigadas a retomar pontos anteriores e reorganizá-los.

Quando um projeto de P&D atinge a fase da pesquisa aplicada ou de desenvolvimento experimental, por exemplo, podemos ser obrigados, antes de seguir adiante, a investir em trabalhos adicionais de experimentação ou pesquisa teórica para compreender melhor os mecanismos que estão na base dos fenômenos estudados. (MANUAL DE FRASCATI, 2002, p. 101)

Diante da etapa atual de desenvolvimento do protótipo, esta dissertação localiza-se exatamente em um momento de experimentação da estrutura consolidada e de reforço da dimensão teórica necessária para a leitura eficiente dos resultados. A dissertação parte, portanto, de uma estrutura já desenvolvida, e se dedica a testar parte dela, através de um experimento criterioso, e a reforçar a base teórica para a sua interpretação, acréscimo teórico que pode ainda ser convertido em aperfeiçoamento ou reformulação da ferramenta em etapas futuras.

#### *4.1.1 Qualijor*

A estrutura do Qualijor conta com um controle do fluxo de produção sistematizado a partir de pesquisas anteriores, nas quais as diversas atividades e fases do processo de produção que conduzem um fato ou acontecimento na direção de tornar-se um produto noticioso foram representadas esquematicamente. O fluxograma gerado foi internalizado e transformado na estrutura básica de visualização dos conteúdos de uma edição no software.

Na figura 6 há uma representação geral da divisão de conteúdos em um fluxo de produção. A imagem deseja apenas ilustrar a distribuição dos conteúdos em fases distintas, de forma que a não legibilidade do conteúdo textual não representa prejuízo. Cada parte do processo de produção, estruturado em cinco etapas (triagem, pauta, reportagem, composição e edição), foi representada como uma coluna, identificada por cores diferentes e que mostram a produção de uma edição específica. Assim, cada fato que é tratado pode ser localizado em uma etapa, que indicará não só os elementos a ele atribuídos pela avaliação do jornalista, mas também a fase do desenvolvimento em que se encontra, seja ela uma organização inicial de ideias (triagem, representada em azul claro), uma apuração dos fatos já organizados pela pauta

(reportagem, representada pela cor verde) ou na finalização do conteúdo já apurado e transformado em texto (edição, indicada em amarelo).

**Figura 6 - Fluxo dos conteúdos em uma edição**

Fonte: Guerra, 2015.

Cada fluxo de produção, como o exposto, representa visualmente os conteúdos que estão sendo produzidos em uma edição por uma produção específica. Assim, antes de cadastrar conteúdos, que passarão pelo fluxo de produção ou que serão analisados depois de terem passado por ele, é necessário cadastrar a produção jornalística esclarecendo sua periodicidade, suas editorias e os prazos para cada uma das etapas que compõem seu fluxo de produção.

A inserção de um conteúdo em uma produção já cadastrada no software organiza-se ainda dentro de uma retranca<sup>5</sup>, que indica um assunto capaz de desdobrar muitas sub-retrancas<sup>6</sup>. A redução da maioria penal, por exemplo, seria uma retranca adequada, uma vez que identifica bem o assunto abordado pela matéria, mas é suficientemente genérica para enquadrar diversas sub-retrancas, que diferenciam os vários conteúdos dedicados a tratar da redução da maioria penal.

A inserção de uma informação que é parte do processo de produção ou de um conteúdo finalizado que será analisado não é feita através de um texto corrido, mas em blocos de informação. Como pode ser visto na figura 7, o Qualijor oferece ao pesquisador pequenas caixas de texto que limitam a 400 o número de caracteres (incluindo os espaços) que podem ser inseridos.

Em cada caixa de texto são inseridos relatos, definidos como a menor unidade informativa que constitui a notícia. Ao isolar as unidades de uma notícia, o Qualijor permite

<sup>5</sup> Termo técnico que faz referência a palavra ou pequena frase usada para representar o tema da matéria.

<sup>6</sup> Termo técnico que faz referência ao título utilizado para identificar e individualizar cada matéria enquadrada dentro de uma retranca ou tema.

uma análise ponto a ponto, necessárias à busca pela segurança da informação e pela pluralidade. Esta separação ainda permite tipificar os relatos dentro da matéria, como essenciais, acessórios ou complementares, considerando o papel do relato diante da sub-retranca.

The screenshot displays a web interface with a navigation bar at the top containing links: 'Página Inicial', 'Administração', 'Consulta', 'Pesquisa', and 'Retran'. Below this, a dark blue bar shows 'Ed. 936' and '12/01/2016'. The main content area is titled 'Informações Essenciais' and contains two information units. Each unit has a title, a text box, and a 'Remover Informação' checkbox. The first unit is 'Informação 1: 1 4032' with the text 'O ex-diretor-gerente do Fundo Monetário Internacional Dominique Strauss-Kahn foi absolvido nesta sexta-feira (12) das acusações de crimes sexuais.' and '254 caractere(s) restante(s)'. The second unit is 'Informação 2: 2 4032' with the text 'A justiça francesa considerou que não havia provas suficientes.' and '337 caractere(s) restante(s)'. At the bottom of the form are buttons for 'Adicionar Informação' and 'Salvar Informações Essenciais'.

**Figura 7 - Espaços de inserção das unidades informativas**

Fonte: Qualijor.

Depois de atender a demandas estruturais da Qualijor, necessárias para que o conteúdo possa ser organizado a partir de um padrão comum e retomado sempre que necessário, a avaliação propriamente dita se inicia. Para corresponder aos elementos formadores do Princípio da Finalidade, o Qualijor internaliza três matrizes, a de Relatos, a de Problemas e a de Relevância.

Cada matriz é configurada de acordo com a proposta da produção jornalística e com o seu perfil editorial. Durante uma análise pode ser utilizada apenas uma matriz, gerando uma análise específica ou podem ser utilizadas todas as matrizes, atingindo um resultado que interliga os três elementos que compõem o PF e geram um resultado mais completo quanto à qualidade editorial.

As três matrizes possuem características específicas, mas todas as avaliações feitas através delas geram resultados numéricos que são automaticamente organizados em *rankings* e que podem ser acessados através de um sistema de consultas. O resultado das consultas expõe numericamente elementos-chave para a compreensão de um conjunto de produções e através delas do processo de produção que as gerou.

A maior parte destes elementos do Qualijor serão reforçados a partir de agora, diante do detalhamento estrutural da Matriz de Relevância. Assim como as demais matrizes, a de relevância se direciona para um elemento da qualidade editorial. Neste caso, a qualidade é alcançada através da correspondência a elementos que implementam as expectativas de relevância da audiência tanto sua na dimensão pública quanto na privada.

#### *4.1.2 Matriz de Relevância*

A estrutura avaliativa da Matriz de Relevância tem como base o conhecimento trabalhado na primeira seção do capítulo inicial desta dissertação, os valores-notícia funcionam como indicadores, internalizados pelos jornalistas, das expectativas de relevância do público. Para alcançar o requisito relevância, que figura como uma necessidade ampla da prática, é necessário trabalhar em torno de unidades menos amplas do que a ideia de relevância e mais fácil de serem conduzidas pelo jornalista.

Assim, o software se utiliza de um conhecimento básico (MANUAL DE FRASCATI, 2002) dedicado à criação do conhecimento teórico e que estabeleceu que os jornalistas tentam alcançar a relevância através de estruturas práticas e de fácil uso, denominadas valores-notícia, para transformar esses valores-notícia nos indicadores da relevância a ser avaliada. Os valores-notícia saem de uma dimensão básica, passam por uma aplicada e atingem um espaço do desenvolvimento experimental, uma vez que são transformados em indicadores a serem sinalizados e dimensionados em todos os eixos da Matriz de Relevância.

Esta matriz se apresenta sub-dividida em três eixos que geram resultados independentes e que se somam para a apresentação do resultado final. As avaliações também podem utilizar um dos três eixos isoladamente, como será feito no teste a ser delimitado a seguir, que se dedica a processar a avaliação a partir do primeiro, também chamado de eixo formal, ou de referência. Seus eixos são assim denominados e definidos:

- 1) formal, relativo a valores-notícia clássicos do jornalismo; 2) temático, relativo a temas constantes das agendas pública, política, da audiência e da mídia; 3) editorial, relativos a temas prioritários para uma determinada organização jornalística, em função de seu projeto editorial. (GUERRA; BARRETO, 2013, p. 7)

No primeiro eixo, a partir dos valores-notícia clássicos, é possível extrair uma relevância jornalística classificativa e de referência. Classificativa, retomando Sperber e Wilson (2005) pois considera apenas a presunção de geração de efeito, e de referência, pois se baseia em valores-notícia já cristalizados pelo uso cotidiano das organizações jornalísticas (GUERRA, 2008, p. 187).

O segundo eixo, para existir, precisa de um levantamento prévio, que dê conta de um conjunto de questões envolvendo os temas a que se referem, em uma matriz de problemas. A construção desta matriz requer a análise de registros de documentos políticos, jurídicos e de pesquisas, auxiliando assim a compreensão das agendas pública, política e da audiência. Este conjunto de influências traz especificidade para a cobertura dos temas e permite não só aos jornalistas, mas também aos pesquisadores posteriores visualizar os fatos em meio a uma conjuntura mais ampla.

O terceiro eixo permite tornar a Matriz de Relevância mais específica às necessidades da organização. Uma revista segmentada, por exemplo, receberia marcas específicas dos seus temas de preferências na cobertura, tornando a avaliação de relevância sensível ao fazer específico daquela organização. O mesmo poderia ser feito em relação a ênfase editorial ou a um plano de conteúdo específico.

A matriz de problemas, necessária ao segundo eixo, permite, por exemplo, contabilizar a frequência das temáticas, ajudando a inferir o que está mais ou menos acessível aos jornalistas, e ainda visualizar a quantidade de aspectos indiretamente atrelados a um fato, auxiliando na percepção da complexidade de uma questão para a compreensão do problema que norteia a matriz. Já o terceiro eixo, permite somar a esta visualização ampliada os interesses e as disponibilidades reais de uma organização. A partir destes eixos, a Matriz de Relevância ajuda a alcançar elementos em torno do esforço demandado ao jornalista, se aproximando, portanto, de uma dimensão comparativa da relevância, uma vez que considera não só os efeitos, mas também os esforços.

O eixo formal, que terá sua avaliação testada nesta dissertação, é constituído por valores-notícia clássicos organizados em cinco grandes grupos de macro valores-notícia. Os macro valores são indicadores mais amplos da relevância do fato. Para Gislene Silva (2005, p. 103), esta separação é um procedimento necessário, uma vez que alguns atributos “funcionam mais como macro valores-notícias ou pré-requisitos para qualquer seleção jornalística, já que sem tais valores antecedentes aos demais, os micro valores-notícia, nem se efetuam como questão”.

A definição dos Macro valores e dos valores-notícia contidos neles obedece a pesquisas anteriores. A maior parte das subcategorias foram retiradas de enredos de critérios, anteriormente levantados (SANTOS, 2014; SILVA, 2005), dedicados a definir o que o jornalista deve escolher e privilegiar na composição de uma notícia. Através destas categorias fixas e da capacidade de descrever (principalmente através de números) os conteúdos inseridos, a Matriz de Relevância internaliza aspectos e procedimentos da Análise de Conteúdo (AC), sendo esta a metodologia de base que inspira o funcionamento da ferramenta. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo é definida como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 35)

A partir de agora as categorias e subcategorias serão descritas e, em seguida, apresentadas esquematicamente através de um quadro que inclui não só estes elementos, mas também a pontuação referente a cada macro valor e a cada valor-notícia. A ordem adotada remete a forma como as categorias se apresentam na Matriz de Relevância, a fim de potencializar a experimentação da ferramenta para o leitor deste trabalho.

A primeira categoria, denominada atualidade, marca a já mencionada relação essencial entre o jornalismo e o tempo. A atualidade, enquanto categoria, sinaliza para a necessidade de o texto jornalístico estar relacionado com fatos e acontecimentos conectados com o momento presente, sem esta relação produtos não poderiam ser classificados como notícias (FRANCISCATO, 2005). O poder definidor desta categoria faz com que ela receba um peso duplo, de forma que cada nota estabelecida para uma subcategoria do macro valor atualidade é dobrada.

A categoria se subdivide, dando origem a sete valores-notícia que apontam para diferentes formas de se conectar com o presente. Entre estes valores estão a novidade, o factual, o gancho e a fria, encontrados deste modo em algumas listagens de valores-notícia. Os valores acompanhamento e repercussão, indiretamente mencionados em alguns enredos, são utilizados precisamente para sinalizar o desenrolar de um fato, enquanto o acompanhamento marca o desenvolvimento regular de um acontecimento inicial. A repercussão aponta para análises feitas por terceiros a respeito de acontecimentos já mencionados.

O último valor vinculado a esta categoria, o temático, foi sistematizado durante a pesquisa básica e tem por objetivo estimular e fazer referência a uma conexão diferenciada com o presente. O valor-notícia trata de assuntos contextuais ou conjunturalmente atuais, que estão presentes na agenda pública ou política, mas que, por falta de uma conexão factual clara ou de convergência com a rotina produtiva, encontram dificuldade de inserção na cobertura jornalística, ainda que estes assuntos sejam extremamente importantes para manter o debate e a discussão sobre situações não factuais, que se desenrolam ao longo de um período mais amplo.

A segunda categoria, denominada interesse público, também recebe peso duplo. Ela se refere a assuntos que dizem respeito a todos, em virtude da condição de cidadania que procura marcar, buscando corresponder à citada demanda social (RABOY et al apud ZYLBERSZTAJN, 2008). Os valores que se incluem nesta categoria podem ser organizados em três pequenos grupos; o primeiro deles marca sua relação com a cidadania através de uma tríade de direitos, os individuais, os políticos/partidários e os sociais. Qualquer um destes valores só pode ser acionado quando o fato em questão for protagonizado pela sociedade civil, de forma que um conteúdo que trate de um direito social, mas que tenha sido motivado por discussões no senado ou na câmara, não será sinalizado como direito social, mas, provavelmente, como Poder Legislativo.

O segundo grupo que estabelece uma relação com a cidadania envolve justamente os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além do Ministério Público e Defensoria. O terceiro grupo, por sua vez, é ocupado por uma tríade de interesses, o individual, o coletivo e o geral, pontuados individualmente de maneira a reforçar o que atingem mais cidadãos.

Diferente da maior parte das categorias, esta foi totalmente sintetizada. Ainda que muitos dos valores que a compõem possam ser acessadas através de valores já apontados na literatura como o Interesse Nacional (BOND, 1962), a Proeminência, quando em relação a posição de destaque de algumas pessoas em relação ao poder instituído (BOND, 1962; ERBOLATO, 1978; GANS, 1979; WARREN, 1975; WOLF, 2009) e o Impacto sobre a nação (GANS, 1979; WOLF, 1975), entre outros. A vantagem de uma categoria como esta é unificar a observação destes elementos e vinculá-los ao exercício da cidadania e não ao destaque pessoal dos atores envolvidos nos seus processos ou a simples relações numéricas e de impacto.

De maneira geral, os valores da categoria interesse público são muito acionados durante as análises. A tríade dos poderes costuma ser a mais numerosa, seguida pelo conjunto

de interesses, que também tendem a ser recorrente nas coberturas. Por sua vez, o grupo que trata dos direitos e que devem ser protagonizados pela sociedade civil conseguem, em geral, menos espaços.

A terceira categoria é composta por valores que marcam a relação entre o fato pontual que é *input* da notícia e o universo de referência que organiza esse fato e lhe confere sentido. A maior parte dos valores desta categoria se encontram nesta mesma forma nas listagens de critérios de recolha, sendo que neste caso a sistematização realizada diz respeito ao macro valor que os abriga. A categoria proporcionalidade tem peso simples (um) e têm o mérito de organizar valores que procuram orientar uma visão ampla da realidade que conecte os acontecimentos à conjuntura de que faz parte.

Os valores relativos a esta categoria são oito, dos quais a proximidade, seja ela geográfica ou cultural; a excepcionalidade; a proeminência; o impacto/quantidade; a representatividade; a intensidade e; o grau de consumação do fato, estão entre um grupo repetidamente considerado pela literatura. Já o valor extensão do fato foi sistematizado na pesquisa básica em referência ao desenrolar de fatos que ajudam a compor um acontecimento que é amplo e precisa de tempo para constituir-se.

A categoria potencial impacto público reúne valores-notícia que marcam o grau potencial de um fato provocar consequências práticas nas vidas das pessoas. A utilização desta categoria, muitas vezes, chama a atenção para situações práticas e utilitárias, como a de prevenção diante de uma situação de risco, a de preparação para um evento futuro ou de adaptação a uma situação de mudança/transformação. A categoria ainda destaca valores que marcam decisões, desdobramentos e conflitos, que impactam por modificar definitivamente uma situação, por gerar consequências ou por estimular o debate social e a escolha de um lado diante de situações em que concorrem pontos de vista ou versões de um fato.

O macro valor-notícia interesse humano organiza um conjunto de valores muitas vezes referidos em enredos, mas que em geral são considerados menos importantes que os demais por não tratarem de assuntos críticos e sim trazerem distensão através de assuntos, em geral, leves e agradáveis. A desvalorização destes elementos pode ser repensada através da necessidade de equilibrar tensão e distensão e da relevância presente em ambos (RAUEN, 2008), como será melhor argumentado a seguir.

Esta categoria inclui os valores-notícia sucesso/superação, drama/tragédia, curiosidade, inusitado e inversão, todos citados, em maior ou menor quantidade, nas listagens de valores anteriormente levantadas. Além deles, a categoria inclui o valor Problemas

crônicos de saúde, desenvolvido durante um momento de aplicação da matriz e que é marcado quando a matéria está centrada no problema e em eventuais esforços para compreensão, tratamento, enfrentamento e cura.

A organização em categorias e subcategorias facilita a utilização destes indicadores no momento da análise, não só porque a busca por correspondência passa a lidar com poucos elementos por vez, mas também por estimular a percepção de que os valores-notícia atuam para estabelecer relevância a partir de diversos aspectos. O ordenamento das categorias também simplifica o manuseio. Sem os cinco macro-valores, as análises teriam que considerar 37 valores-notícia soltos, podendo confundir as conexões e oposições de sentido que os grupos permitem observar com mais clareza.

No quadro abaixo estas categorias e subcategorias serão descritas sistematicamente, demonstrando não só cada valor-notícia inserido em um macro valor, mas também, entre parênteses, os pesos que cada um desses elementos recebe na matriz. Mesmo sendo baseados na observação da prática, os pesos relativos a cada categoria e subcategoria constituem uma tipificação aleatória cuja função é testar o sistema, ainda que também possam ser testados no decorrer das avaliações.

Para definir a pontuação, cada indicador parte de uma pontuação padrão (1) e tem o seu peso aumentado ou reduzido em função de uma valorização ou desvalorização reconhecida. Assim, a subcategoria fria, pertencente à categoria atualidade parte da pontuação 1 e tem o seu peso reduzido à 0,5, enquanto a subcategoria temática, como mencionado, tem a sua pontuação 1 dobrada, a fim de ressaltar a valorização deste indicador.

**Quadro 2 - Categorias e Subcategorias da Matriz de Relevância**

<b>Categorias / Macro Valores-notícia</b>	<b>Subcategorias / Valores-notícia</b>
Atualidade (2)	Novidade (1,7)
	Factual (1,5)
	Acompanhamento (1)
	Repercussão (1,5)
	Gancho (1)
	Temática (2)
	Fria (0,5)
Interesse público (2)	Direitos Individuais (2)
	Direitos Políticos e Partidários (2)
	Direitos Sociais (2)
	Ministério Público e Defensoria (1)
	Poder Executivo (1,5)
	Poder Judiciário (1,6)
Poder Legislativo (1,5)	

	Interesse Geral (1,5)
	Interesse Coletivo (1)
	Interesse Individual (0,5)
Proporcionalidade (1)	Proximidade (1)
	Excepcionalidade (1,5)
	Proeminência (1)
	Extensão do fato (1)
	Impacto Quantidade (1,5)
	Representatividade (1)
	Grau de Consumação do fato (1)
	Intensidade (1)
Potencial Impacto Público (1)	Risco (1,5)
	Preparação (1)
	Desdobramento (1)
	Decisão (1,5)
	Mudança /Transformação (1)
	Conflito (1,5)
Interesse humano (1)	Superação/Sucesso (1)
	Drama/Tragédia (1,3)
	Problemas crônicos de saúde (1)
	Curiosidade (1)
	Inusitado (1)
	Inversão (1)

Fonte: Pesquisa empírica

Das cinco categorias, como pode ser visto, apenas as duas primeiras possuem um peso maior (2). Este peso se justifica, nessa ordem, pela inevitável relação entre o jornalismo e a atualidade (FRANCISCATO, 2005) e pelo necessário estímulo às "demandas sociais" (Raboy et al apud ZYLBERSZTAJN, 2008), caracterizadas na Matriz pela noção de interesse público.

Ao analisar um conteúdo e perceber nele a existência de determinado valor-notícia, o pesquisador deve sinalizá-lo na Matriz de Relevância, conforme a seguinte regra de pontuação: Se o valor ocupa uma posição central na matéria, o pesquisador deve reconhecer sua existência a partir da pontuação 1; se secundária, a pontuação a ser marcada equivale a metade disto.

Para auxiliar e dar precisão à identificação do avaliador, foi criado um manual (disponível anexo) que esclarece as categorias e subcategorias apresentando descrições dos seus significados, das situações em que são aplicados e dos seus objetivos. Além de incluir o peso referente a cada um e a sua justificativa. Para as subcategorias, especificamente, ainda são disponibilizados exemplos referentes a pontuação, a fim de orientar o avaliador sobre as situações em que cada valor-notícia deve ser marcado como central ou como secundário.

O cálculo da pontuação de relevância de uma matéria será influenciado, portanto, (1) pela quantidade de valores-notícia visualizados em um conteúdo; (2) pela intensidade com que estes valores são destacados, se central ou secundário, segundo julgamento do analista;

(3) pelo peso previamente atribuído à categoria e; (4) pelo peso previamente atribuído ao valor-notícia.

Matriz de Relevância (Nível 1) - Pontuação: 10,6 Ranking: 2º

Categoria	Peso Cat.	Subcategoria	Peso Sub.	Pt.	Total Subct.	Total Cat	Total Pond.	Tot.
Atualidade	2	Acompanhamento	1	<input type="text" value="0"/>	0	1,7	3,4	
		Factual	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Fria	0,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Gancho	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Novidade	1,7	<input type="text" value="1"/>	1,7			
		Repercussão	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Temática	2	<input type="text" value="0"/>	0			
Interesse Humano	1	Curiosidade	1	<input type="text" value="0"/>	0	0	0	
		Drama/Tragédia	1,3	<input type="text" value="0"/>	0			
		Inusitado	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Inversão	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Problemas crônicos de saúde	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Superação/Sucesso	1	<input type="text" value="0"/>	0			
Interesse público	2	Direitos Individuais	2	<input type="text" value="0.5"/>	1	2,6	5,2	10,6
		Direitos Políticos e Partidários	2	<input type="text" value="0"/>	0			
		Direitos Sociais	2	<input type="text" value="0"/>	0			
		Interesse coletivo	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Interesse geral	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Interesse individual	0,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Ministério Público e Defensoria	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Poder Executivo	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Poder Judiciário	1,6	<input type="text" value="1"/>	1,6			
		Poder Legislativo	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
Potencial Impacto Público	1	Conflito	1,5	<input type="text" value="0"/>	0	1,5	1,5	
		Decisão	1,5	<input type="text" value="1"/>	1,5			
		Desdobramento	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Mudança/Transformação	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Preparação	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Risco	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
Proporcionalidade	1	Excepcionalidade	1,5	<input type="text" value="0"/>	0	0,5	0,5	
		Extensão do fato	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Grau de consumação do fato	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Impacto/quantidade	1,5	<input type="text" value="0"/>	0			
		Intensidade	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Proeminência	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Proximidade	1	<input type="text" value="0"/>	0			
		Representatividade	1	<input type="text" value="0.5"/>	0,5			

Calcular Relevância Salvar Pontuação

Figura 8 – Exemplo de cálculo da relevância na matriz de nível 1

Fonte: Qualijor.

A partir da visualização da figura 8 e da explicação dos procedimentos feita em seguida, esperamos esclarecer o processo de cálculo da relevância realizado pela Matriz. É importante ressaltar, entretanto, que este cálculo não é realizado pelo pesquisador, mas automaticamente pela Matriz, cabendo ao usuário da ferramenta sinalizar apenas a existência de valores-notícia e a sua centralidade no conteúdo.

Na matéria em questão, para a categoria atualidade, foi identificado de maneira central o valor-notícia novidade, fazendo com que lhe fosse atribuída pontuação um. Esta pontuação é então multiplicada pelo peso do valor-notícia e pelo peso da categoria atualidade ( $1 \times 1,7 \times 2$ ), resultando em 3,4 como pontuação resultante desta categoria.

Para a categoria que aparece em seguida na figura 8, Interesse Humano, não são identificados valores-notícia na matéria, por isso, a pontuação resultante desta categoria é zero. A respeito da categoria Interesse Público, é visualizado na matéria a importância secundária do valor-notícia direitos individuais e a importância central do valor-notícia Poder judiciário, fazendo com que estes valores fossem marcados com a pontuação 0,5 e 1, respectivamente. Neste caso, o cálculo da pontuação resultante desta categoria multiplica a soma das pontuações de intensidade e os pesos da categoria e subcategoria ( $(0,5 \times 2 \times 2) + (1 \times 1,6 \times 2) = (2) + (3,2) = 5,2$ ). O mesmo raciocínio deve ser aplicado nas demais categorias.

Ao fim da identificação dos valores-notícia e da atribuição de pontuação pela sua centralidade na matéria (1 ou 0,5), feita pelo jornalista, a matriz calcula automaticamente a pontuação de cada categoria e soma-as para alcançar o resultado final. No exemplo trazido pela figura 8, a soma das pontuações parciais ( $3,4 + 0 + 5,2 + 1,5 + 0,5$ ) gera a pontuação final 10,6 que assenta a matéria como a segunda mais relevante entre as analisadas no dia. Como pode ser visto no *ranking* constante da matriz, visualizado na parte superior a direita. Esta pontuação também é utilizada para determinar a ordem entre as matérias na visualização do fluxo de produção.

É importante ratificar que ao jornalista ou ao pesquisador que analisa o conteúdo cabe apenas identificar os valores-notícia e marcar a intensidade da sua presença na matéria. Os cálculos demonstrados no texto, para fins de esclarecimento do funcionamento da matriz, são realizados automaticamente pela estrutura do software, bastando somente pressionar um dos botões que aparecem ao fim da imagem (*Calcular relevância* e *Salvar pontuação*).

Além da avaliação individual de um conteúdo, a partir dos procedimentos descritos, o Qualijor permite a geração de *rankings* de relevância. Para gerar este *ranking* basta especificar a produção jornalística e decidir entre um *ranking* mais específico, gerado a partir

de uma edição ou de uma um conjunto de edições identificados pela data, ou entre um *ranking* mais amplo incluindo todas as edições. O recurso que permite gerar o *ranking* de relevância das matérias é ilustrado na imagem abaixo.

**Figura 9 – Campo de consulta ao *ranking* de relevância**

Fonte: Qualijor.

No *ranking* gerado, os conteúdos são listados em ordem decrescente de pontuação de relevância. Além da pontuação, o *ranking* inclui a sub-retranca que identifica as matérias, a edição e a fase do fluxo e produção em que está localizada e um link que permite acessar o conteúdo da matéria.

Matérias(s): 184 matéria(s) encontrada(s)!

Posição	Matéria	Pontuação 1	Pontuação 2	Pontuação 3	Pontuação Total	Edição	Fase	
1	Prefeituras vão demitir médicos para receber equipes do governo	14,75	0	0	14,75	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
2	'Se fosse possível, botariamos todos pelo Mais Médicos'	14,1	0	0	14,1	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
3	Protesto pela saúde pública 'enterra' Dilma e ministros e critica governo	14	0	0	14	02/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
4	Não se faz saúde só com médicos, mas com condições adequadas	14	0	0	14	01/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
5	Médicos fazem paralisações em 21 Estados e DF	13,75	0	0	13,75	04/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
6	Médicos protestam em dez Estados e DF	13,75	0	0	13,75	03/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
7	Primeiro lote do Mais Médicos atende 18% das cidades inscritas	13,5	0	0	13,5	04/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
8	Conselho federal recua e apoia que ministério dê registro a médicos	13,5	0	0	13,5	12/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
9	'Disseram que eu tinha que dar lugar a um cubano', diz demitida	13,25	0	0	13,25	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
10	'Não somos prisioneiros', diz médica cubana	13,25	0	0	13,25	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
11	Só 3.100 profissionais finalizam inscrição para o Mais Médicos	13,25	0	0	13,25	03/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
12	Dilma critica 'preconceito' contra cubanos	13,25	0	0	13,25	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
13	Convênio para importar cubanos foi firmado antes do Mais Médicos	13,25	0	0	13,25	07/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
14	Médicos questionam infraestrutura e exigências e abandonam programa	13	0	0	13	08/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>
15	Interior e periferia recebem estrangeiros a partir de setembro	13	0	0	13	01/07/2014	Triagem	<a href="#">Detalhes</a>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ...

**Figura 10 – *Ranking* de relevância gerado pela Matriz de Relevância**

Fonte: Qualijor

No exemplo acima, as matérias foram analisadas apenas quanto ao primeiro eixo da Matriz de Relevância, gerando, como será feito na avaliação a seguir, uma relevância quantitativa e classificativa. Como as matérias foram analisadas apenas quanto ao seu eixo formal, os espaços pontuação 2 e pontuação 3 receberam sempre a pontuação zero. Numa análise que inclua os três eixos, a pontuação total será resultante da soma das pontuações oriundas dos três eixos de relevância.

Além do *ranking* de relevância, o sistema possui ainda um sistema de consultas que permite gerar uma série de dados quantitativos para a análise da qualidade. Quanto a relevância, é possível gerar dados sobre a quantidade de macro valores e valores-notícia assinalados em um grupo de matérias. Se estas estiverem em número suficiente para serem representativas da cobertura de uma determinada produção, através destes dados é possível alcançar informações sobre os valores-notícia mais e menos explorados e através deles inferir outras relações, como será feito adiante.

A estrutura do sistema ainda permite uma série de filtros e cruzamentos a serem guiados pelo interesse de pesquisa. De maneira resumida, entretanto, é possível indicar que ao reconhecer um valor-notícia em um material jornalístico e afirmar sua intensidade no sistema, o usuário inicia um processo de transmissão de conhecimento de um nível tácito para outro explícito, conforme definições de Takeuchi e Nonaka (2008).

O tratamento interno realizado pelo Qualijor faz com que os dados oferecidos ao sistema sejam armazenados e organizados de maneira simplificada, podendo ser retomados sempre que se deseje. Em posse deste conjunto de dados os jornalistas que gerenciam o processo de produção ou os pesquisadores que o analisam podem atingir um conhecimento mais amplo do processo do trabalho que vem sendo realizado e utilizá-lo para guiar produções mais inteligentes.

O Qualijor figura como um dispositivo tecnológico cuja metodologia internalizada, com destaque para a empregada na Matriz de Relevância, oferece ferramentas para a gestão do conhecimento jornalístico e para apoiar decisões profissionais. Tendo descrito superficialmente a estrutura do Qualijor e com mais detalhes a da Matriz de Relevância, bem como seu uso como ferramenta de gestão organizacional e de estímulo a rotinas mais inteligentes, resta testar sua efetividade através da aplicação de seus recursos.

Antes de iniciar uma avaliação, entretanto, é necessário ter clareza a respeito de algumas noções essenciais ao processo, como as de requisito, indicador, padrão e

conformidade/não-conformidade. Algumas destas definições encontram-se diluídas durante esta seção, outras serão trabalhadas adiante.

De forma sintética, eles podem assim ser definidos:

- requisitos: “necessidade ou expectativa que é expressa, geralmente, de forma implícita ou obrigatória” (cf.: ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 8);
- indicadores: é o mecanismo (procedimento e unidade) de medição do grau de conformidade do produto ao requisito (cf.: Paixão apud Miranda, Diamantino e Souza, 2009, p. 67);
- padrões: é referência que indica o nível esperado de conformidade e de não conformidade entre o objeto da avaliação e os requisitos pretendidos (cf.: Martins apud Miranda, Diamantino e Souza, 2009, p. 68);
- conformidade e não conformidade: atendimento e não atendimento, respectivamente, do requisito pelo produto (cf.: ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 15);

Na análise a ser realizada, a relevância ocupa o lugar dos requisitos, já incluída entre os elementos que compõem o Princípio da Finalidade (PF). Por ser demasiadamente ampla, a noção de relevância é implementada através de indicadores, representados pelo conjunto de 37 valores-notícia divididos em cinco macro valores. A seguir também será definido o padrão aplicado a análise, a partir do qual a conformidade, isto é, os níveis aceitáveis ou não aceitáveis de relevância serão julgados.

#### **4.2 Qualijor e Matriz de Relevância, experimento**

Testar a efetividade da metodologia embarcada no Qualijor, e especificamente a Matriz de Relevância, é o segundo grande desafio metodológico desta dissertação. Através deste teste pretende-se questionar se a ferramenta descrita de fato constitui-se enquanto recurso capaz de estimular a avaliação sistemática da relevância jornalística, desejo motivador deste trabalho.

Para realizar este teste, o trabalho recorre à uma série de procedimentos metodológicos que caracterizam uma pesquisa experimental e que ajudam a concretizar os avanços obtidos nas demais fases desta pesquisa de desenvolvimento experimental, uma vez que procuram colocar todos ou alguns dos seus dispositivos à prova. A realização criteriosa de testes procura ratificar a validade dos esforços anteriores, além de que é um período decisivo para o possível reconhecimento de falhas ou de aspectos que precisam ser aperfeiçoados.

Ao introduzir alguns termos essenciais para a compreensão e a realização de uma pesquisa experimental, Kerlinger (1979) é muito feliz ao indicar que uma das maiores dificuldades em atingir um assunto novo é o desconhecimento do seu vocabulário. Assim, além de definir experimento é preciso compreender o sentido de alguns termos

necessariamente envolvidos na sua aplicação, entre os quais estão variáveis, amostras, unidades de observação, grupos de controle e experimental, dentre outros.

O conceito de variável precisa ser o primeiro na lista de esclarecimentos, uma vez que está mais ou menos envolvido na compreensão dos demais. Não é possível, por exemplo, explicar que a pesquisa experimental investiga determinada relação entre variáveis sem antes esclarecer o que estas variáveis são.

Partindo do senso comum é possível definir variável como um fator que varia, ou ainda um valor que sofre alteração, alcançando em momentos ou situações distintas valores diferentes. Indo além do senso comum, Kerlinger (1979) define variável como um construto ou um conceito com significado 'construído' por um pesquisador, podendo também ser visto como um nome ou um símbolo ao qual são atribuídos valores, que irão diferir indicando quantidades ou graus da variável descrita.

Há muitas formas de classificar variáveis. Quanto a abstração que requerem, por exemplo, elas podem ser classificadas como gerais, intermediárias ou empíricas/indicadoras. As gerais, mais abstratas, referem-se à realidade, mas o fazem de maneira tão ampla, que não possibilitam mensuração por elas mesmas. As intermediárias são mais concretas que as anteriores, mas ainda apresentam desafios à mensuração, ao passo que as empíricas ou indicadoras servem diretamente à mensuração e observação ocupando-se, muitas vezes, de parcelas das variáveis gerais e intermediárias (RUDIO, 1997).

No universo desta pesquisa poderíamos classificar a qualidade, a relevância e os valores-notícia como variáveis, uma vez que são construtos definidos pelo exercício da pesquisa de desenvolvimento experimental e que recebem valores que irão diferir indicando quantidades e graus. Ainda neste universo, estas variáveis divergiriam quanto à abstração que exigem sendo a qualidade uma variável ampla e geral, que deve guiar todos os esforços de produção; a relevância, uma variável intermediária, mais específica, ainda que não o bastante para ser mensurada sem uma variável empírica e; os valores-notícia, seriam, portanto, as variáveis empíricas/indicadoras, facilmente mensuráveis pelos jornalistas que podem assegurar sua presença ou ausência e ainda sua intensidade.

As variáveis também podem ser organizadas pelo campo a que pertencem, como as variáveis psicológicas, sociológicas, históricas, econômicas, entre outras. Dentro de um campo, podem ainda existir subdivisões, gerando o que Kerlinger (1979) chama de variáveis por disciplina de um campo. Dentro das variáveis psicológicas, por exemplo, existiriam

variáveis mais específicas e separadas por disciplinas como as variáveis de personalidade, as fisiológicas e as sócio-psicológicas.

Ainda que todas estas tipologias sejam úteis, nenhuma é tão imprescindível para a condução de uma pesquisa experimental quanto a classificação das variáveis quanto a relação de dependência que se estabelece entre elas. "Uma variável independente é uma variável que se supõe influenciar outra variável, chamada de variável dependente" (KERLINGER, 1979, p. 24). Rudio (1997). O autor acrescenta ainda que se atribui à variável independente um papel de preparador, contribuinte e causador da variável dependente, que assume o papel subordinado de efeito.

A relação de dependência entre as variáveis é necessária para compreender a pesquisa experimental, pois ela se define pela intenção de verificar a relação de causalidade estabelecida entre duas ou mais variáveis. Sabendo, portanto, que a variável é um construto capaz de variar, seja entre presença e ausência seja em intensidade, podemos compreender que um experimento procura testar como a capacidade da variação de um construto pode causar modificações em outro.

A pesquisa experimental está interessada em verificar a relação de causalidade que se estabelece entre variáveis, isto é, em saber se a variável X (independente) determina a variável Y (dependente). E, para isto, cria uma situação de controle rigoroso, procurando evitar que, nela, estejam presentes influências alheias à verificação que se deseja fazer. (RUDIO, 1997, p. 56-58)

Depois de procurar o isolamento da relação entre as variáveis, o pesquisador passa a interferir diretamente na realidade que foi isolada. A interferência consiste em uma manipulação da variável independente, a fim de observar o que acontece com a variável dependente. Assim, para que uma variável independente seja causa de uma variável dependente é necessário atender a três exigências. "Nestas circunstâncias, X (variável independente) será causa de Y (variável dependente) se: a) Y não apareceu antes de X; b) se Y varia quando há também variação em X; c) se outras influências não fizeram Y aparecer ou variar" (RUDIO, 1997, p. 58).

Diferente das situações de pesquisa de áreas exatas ou biológicas, o isolamento da relação entre as variáveis nem sempre é possível de ser obtido em pesquisas de tradição humanística ou social. Pesquisas destas orientações costumam ter mais facilidade para o delineamento de quase-experimentos, do que para experimentos propriamente ditos.

Há muitos contextos sociais naturais em que o pesquisador pode introduzir algo semelhante ao delineamento experimental em sua programação de procedimentos de coleta de dados (por exemplo, quando e quem medir), ainda que lhe falte o pleno

controle da aplicação dos estímulos experimentais (quando e quem expor e a capacidade de causalizar exposições) que torna possível um autêntico experimento. Coletivamente, tais situações podem ser encaradas como delineamentos quase-experimentais. (CAMPBELL; STANLEY, 1979, p. 61)

Para o delineamento desta pesquisa assumiu-se o desafio de realizar não um quase-experimento, mas um experimento dotado de todas as etapas necessárias para investigar, em uma determinada relação de causalidade, o efeito gerado pela manipulação da variável dependente. Antes de delinear o modelo de experimento a ser realizado, ainda é preciso esclarecer alguns termos indicados inicialmente.

Ao analisar a relação entre variáveis, todo experimento parte da seleção de unidades de observação que compõem uma amostra. Por definição, uma amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (LAKATOS; MARCONI, 2003), ao passo que a unidade de observação, como o nome já esclarece, é cada uma das unidades que forma a amostra.

Em experimentos, o grupo amostral pode ser dividido entre um grupo de controle e um grupo experimental. O grupo experimental é aquele ao qual se aplica o fator experimental, isto é o elemento que foi acrescentado para fins de avaliar a variação entre fenômenos (RUDIO, 1979), já o grupo de controle caracteriza-se pela ausência do fator experimental, fazendo com que essa parcela da amostra tenha a função de elemento comparativo, demonstrando o que aconteceria com amostra sem a interferência deste fator de experimentação.

Para garantir a equivalência inicial entre o grupo de controle e o grupo experimental, algumas pesquisas são iniciadas pela realização de um pré-teste. Diferente do pós-teste, que visa investigar a possível mudança provocada pelo fator experimental, o pré-teste busca garantir condições iniciais de validação da pesquisa. Em outras pesquisas, o pré-teste é dispensado e substituído pela percepção de que a melhor forma de garantir a igualdade entre os grupos comparados é a aleatoriedade na designação dos sujeitos (CAMPBELL; STANLEY, 1979).

A organização destes elementos de pesquisa serve, como foi dito, para tentar responder ao problema de pesquisa que motiva um experimento, assim como para testar as hipóteses relacionadas a ele. Uma hipótese é um enunciado sobre a relação entre duas ou mais variáveis, constituídas por sentenças declarativas. "Em resumo, hipóteses são enunciados conjecturais de relações e são estas conjecturas que são testadas na pesquisa" (KERLINGER, 1979, p.39).

Para serem úteis cientificamente, as hipóteses precisam ser testáveis ou conter implicações para teste (KERLINGER, 1979). Partindo deste conjunto de conceitos e esclarecimentos, o trabalho passará a delinear o experimento que pretende realizar, juntamente com o esclarecimento do equivalente dos termos na pesquisa, ou seja, quem são as variáveis, as unidades de observação, a amostra e as hipóteses, entre outros.

### **4.3 Delineamento com grupo de controle e só pós-teste**

Partindo, como foi sinalizado no início deste capítulo, do questionamento sobre como avaliar a relevância jornalística dos fatos de maneira sistemática e baseada em critérios prévios, este trabalho aponta como hipótese geral a indicação de que a Matriz de Relevância é capaz de fazê-lo. Para testar a efetividade desta hipótese, o experimento a seguir aproximará duas formas de avaliar relevância jornalística, a tradicionalmente realizada pelos jornais, e a incentivada pela ferramenta, buscando testar a capacidade diferenciada da segunda.

O experimento testou a alteração da forma de estabelecer posições de relevância das notícias, causada pela alteração da forma de manipular os valores-notícia. Em outras palavras, os valores-notícia serão tomados como as variáveis independentes (x), capazes de causar alterações nas variáveis dependentes (y), os *rankings* de relevância. De maneira específica, em nossa pesquisa sustentamos que os valores-notícia, quando externalizados e manipulados a partir da Matriz de Relevância, situação visualizada no grupo experimental, geram *rankings* a partir de critérios claros, disponíveis para a apreciação da equipe, podendo auxiliar a gestão da produção, e até do público, em caso de prestação de contas.

Para a composição da amostra foram coletados materiais referentes a três produções jornalísticas de abrangência nacional, sediadas em diferentes plataformas, uma agência de notícias on-line, um telejornal e um jornal impresso. A diversidade de plataformas foi uma opção consciente, interessada em testar a capacidade da Matriz de Relevância de trabalhar com conteúdos de características distintas.

Como a ferramenta ainda se encontra em fase de testes e carece de aprofundamentos antes de gerar resultados válidos para a classificação da relevância prática e real, os veículos em questão não serão identificados, evitando-se entrar no mérito da qualidade destas produções. Assim, os veículos serão identificados pelas letras O, I e T, indicando os sediados na plataforma on-line, impressa e televisiva, respectivamente. Ainda que não identificados é possível indicar que a escolha dos veículos foi estabelecida devido à posição de destaque

nacional ocupada, uma vez que os três figuram entre os mais influentes e populares em relação ao nicho que ocupam.

Temporalmente foi estabelecido um recorte de 12 edições aleatoriamente selecionadas entre os dias úteis (de segunda-feira a sexta-feira) no intervalo de 08/06/2015 a 03/07/2015, previamente utilizado no teste realizado na fase de qualificação. O tamanho da amostra se justifica a partir das conclusões de uma pesquisa realizada por Stempel em 1952, conforme descrito em Bauer e Gaskell (2010), neste estudo o autor analisou tematicamente grupos de 6, 12, 18, 24 e 48 números de um jornal durante um ano e comparou os diferentes resultados obtidos com os resultados do universo completo, as edições do ano todo. Ele concluiu que uma amostra de 12 edições é suficiente para conseguir uma estimativa confiável do perfil das notícias anuais de um jornal. (BAUER; GASKELL, 2010).

Através de um sorteio, o trabalho chegou às datas 11, 12, 15, 16, 18, 23, 24, 25, 29 e 30 de junho, além de 1 e 3 de julho de 2015. Como o conteúdo da Produção I referente ao dia em curso só é publicado no dia seguinte, os dias em questão foram extraídos das edições posteriores ao dia sorteado. Em razão da possibilidade de atualização constante, ficou estabelecido que a recolha do material relativo à Produção O seria feita sempre em uma faixa de horário constante, entre às 20h e 21h.

Não foram analisados todos os materiais produzidos no período, para cada uma das 12 edições de cada produção foram recortados cinco conteúdos em posições de destaque distintos e hierárquicos entre si. As cinco posições pretendem originar cinco faixas artificiais de destaque sendo elas: Alta relevância, Média-Alta relevância, Média Relevância, Média-Baixa Relevância e Baixa Relevância. Os cinco conteúdos diários, de cada uma das 12 edições, geraram uma amostra de 60 conteúdos por produção e 180 conteúdos no somatório dos três veículos.

Cada notícia analisada figura como uma unidade de observação, sendo que o mesmo grupo de unidades, isto é, o mesmo grupo de notícias será submetido às duas formas de avaliação. Ainda em outras palavras, um mesmo grupo amostral será tratado ora como grupo experimental, ora como grupo de controle. Diferente de outros experimentos, que testam unidades vivas, ativas e mutáveis, este trabalho pode testar mais de uma vez o mesmo conjunto de unidades sem alterá-lo, uma vez que elas são fixas e já encerradas, isto é, pouco reativas.

Neste sentido, um problema a ser considerado é que o tempo entre as avaliações da pesquisa e das respectivas produções é diferente, isto é, a pesquisa faz a avaliação da

relevância com um *delay*, que pode mudar a percepção de relevância. Assim, para que o tempo entre estas avaliações não possa contaminar a amostra, a avaliação tem o cuidado de tentar considerar a notícia no seu período de produção e distribuição e não após este momento.

A utilização do mesmo grupo de notícias traz mais segurança ao experimento por igualar fatores que poderiam comprometer a validade interna e externa da pesquisa. Esta seleção mantém os demais elementos que influenciam a noticiabilidade estáveis, uma vez que são os mesmos nas amostras duplicadas, e dedica-se a observar o resultado hierárquico diante da manipulação de um único fator, ou variável, os valores-notícia.

Orientado ainda por outras hipóteses, mais específicas do que a primeira, o experimento se dedicará a testar ainda as seguintes declarações hipotéticas: a externalização da variável independente (x) torna a medição da relevância mais precisa e mais passível de comparações; o armazenamento da variável independente (x), após externalização possibilita a gestão do conhecimento e estimula a inteligência organizacional; e a externalização e o armazenamento da variável independente (x) são recursos úteis para a reivindicação por *accountability* de mídia. Ainda que a hipótese geral se volte para a Matriz como um todo, questionando se ela é capaz de gerar avaliações de relevância mais sistemáticas do que as avaliações tradicionais, essas hipóteses mais específicas são os principais elementos do experimento, uma vez que é através da correspondência a elas que será possível afirmar a Matriz como uma possível solução para o problema que elegemos resolver.

O procedimento avaliativo das notícias dará origem a duas grandes tarefas, que ainda podem ser subdivididas em ações. O primeiro procedimento avaliativo, ou primeira tarefa, diz respeito à avaliação clássica, já realizada pelos jornalistas. Nela as variáveis independentes e dependentes serão denominadas  $x_0$  e  $y_0$ , nesta ordem. O segundo procedimento avaliativo explora a proposta metodológica embutida no Qualijor e nela as variáveis independentes e dependentes serão chamadas de  $x_1$  e  $y_1$ .

A primeira tarefa, referente ao grupo de controle, parte de uma avaliação que já foi realizada pela organização jornalística. O resultado desta avaliação, que manipula os valores-notícia de maneira tácita ( $x_0$ ) é uma hierarquização de relevância que apenas ordena os conteúdos em posições de maior ou menor destaque ( $y_0$ ). Assim, a ação fundamental relativa a esta tarefa diz respeito a transposição das matérias de uma estrutura hierárquica marcada pelo destaque de posição, para outra que estabelece cinco faixas de relevância a partir do

destaque sinalizado. Respeitando as particularidades de cada plataforma foram utilizadas formas distintas de indicar tal destaque.

Para a Produção O, foram selecionados conteúdos da *homepage* dispostos em posições fixas, características da identidade visual da página, e em situação de destaque diversas. Foi definido que a posição 1 diria respeito ao primeiro conteúdo da página, que recebe destaque não só pela ordem, mas também por ser o único conteúdo a estar sobre um fundo fotográfico. A posição 2 se refere a um conteúdo em destaque secundário, assim avaliado por aparecer imediatamente após a matéria de posição 1 e possuir o maior tamanho de fonte entre as matérias sem fundo fotográfico. A posição 3, marca as matérias que compartilham o tamanho de fonte da matéria de posição 2, mas localizam-se em uma posição inferior na página. A posição 4 representa a primeira matéria de um conjunto de conteúdos dispostos em coluna dupla e com pouco destaque de fonte. A posição 5, por fim, representa a última matéria entre os conteúdos dispostos em coluna dupla, aparecendo já ao fim da *homepage*.

Com planejamento visual menos fixo do que o da Produção O, o conteúdo da Produção I, sempre retirado da capa da edição, também foi organizado em posições observando o tamanho da fonte e a altura na página. O destaque concedido pelo tamanho da fonte foi prioritário e suficiente para identificar todas as matérias de posição 1, que equivalem a manchete da edição. As matérias 2 e 3 costumam competir entre si em tamanho de fonte, sendo diferenciadas pela altura na página. Nas matérias que ocupam a posição 4 e 5 o tamanho da fonte é menor do que o visualizado nas de posição 2 e 3, além de que os títulos normalmente não são acompanhados de uma pequena descrição do acontecido, para diferenciá-las entre si. Também foi utilizado como critério a altura na página, sendo consideradas como de maior posição as que ocupam espaços mais altos.

As posições relativas ao conteúdo da Produção T, por sua vez, foram retiradas da escalada, termo técnico utilizado para se referir ao equivalente das manchetes no jornalismo televisivo. A escalada é constituída por chamadas lidas pelo apresentador na abertura do jornal, a fim de atrair a atenção do telespectador (MACIEL, 1995). Na escalada ficou estabelecido que a posição 1 faz referência ao primeiro conteúdo anunciado pelo âncora, enquanto a posição 5 diz respeito ao último. Já a posição 3 foi preenchida pela matéria central no anúncio e as posições 2 e 4 por conteúdos intermediários entre as matérias 1-3 e 3-5, respectivamente.

As posições 1 e 5 sempre farão referência ao primeiro e ao último conteúdo narrado, sendo fáceis de identificar. A posição 3, por sua vez será ocupada pela matéria central, em

caso de escaladas com um número ímpar de manchetes, ou pela primeira matéria do par central, para escaladas com um número par de conteúdos. A definição da posição 3 é o caminho para as posições 2 e 4, que estarão sempre entre ela e os extremos.

A indicação destas posições reforça a colocação inicial de que toda organização jornalística avalia relevância. Nas produções avaliadas pelos veículos e pertencentes ao grupo de controle, sabe-se que foram aplicados valores-notícia, pois as variáveis dependentes, isto é, os *rankings*, têm suas posições definidas por eles, o que não se sabe é quais foram os valores-notícia utilizados, nem que valores são predominantes. A utilização das matérias de *homepage*, de capa e dispostas na escalada, pressupõem que estes são recursos utilizados pelas organizações para destacar ostensivamente os conteúdos que acreditam mais relevantes e que quanto mais destaque atribuem, maior é a relevância percebida.

Assim, mesmo não havendo detalhes sobre o processo de avaliação realizado por jornalistas e editores, é possível indicar que os conteúdos que passaram a ocupar a posição 1 foram julgados como mais relevantes que os de posição 2, que por sua vez pareceram mais relevantes que os de posição 3, 4 e 5. A ênfase desigual atribuída aos conteúdos faz com que a sistematização artificial de faixas de relevância seja possível e que se apresente como elemento comparativo a disposição da avaliação implementada através do Qualijor.

Depois de transpor os conteúdos das posições de destaque prévio para as cinco faixas de relevância correspondente, o trabalho se volta para a segunda tarefa, que possui um número muito maior de ações. Esta tarefa se inicia por uma série de ações com a finalidade de inserir e organizar o conteúdo das unidades de observação na Matriz de Relevância. Entre estas ações estão a criação de uma retranca e de uma sub-retranca, a divisão do conteúdo em unidades informativas a serem inseridas nas caixas de texto presentes no software e a divisão dos relatos em essenciais, acessórios e complementares (a descrição detalhada das ações realizadas pode ser visualizada no apêndice B).

Supridas as necessidades de cadastro, a avaliação propriamente dita se inicia com a leitura do material e a externalização do valores-notícia ( $x_1$ ), a partir da avaliação do pesquisador. A avaliação inclui a identificação de alguns dos 37 valores-notícia previamente disponíveis no eixo formal da Matriz de Relevância e a marcação da importância do valor para a matéria, variando entre 1 e 0,5. Esta simples análise, deve ser repetida para todas as 60 unidades de observação de cada veículo, processo que consiste na externalização dos valores-notícia. O conjunto de indicadores sinalizados, juntamente com a sua intensidade e as notas

resultantes, passam então a ser organizados pelo Qualijor, na forma de dados facilmente recuperáveis.

Os dados farão com que o sistema gere automaticamente um *ranking* de relevância, que pode ser organizado tanto por edição ou produção, quanto pelo total de matérias analisados. Em posse dos dois *rankings*, o de relevância por faixa de posição ( $y_0$ ) e de relevância classificativa/quantitativa ( $y_1$ ), obtida através da matriz, o experimento passa a comparar as variáveis, a fim de testar as hipóteses lançadas.

Enquanto tipologia de experimento, o teste pode ser classificado como um delineamento com grupo de controle e utilizando apenas o recurso do pós-teste. Ainda que em alguns casos o pré-teste seja essencial para assegurar as condições de igualdade entre os grupos analisados, no caso deste trabalho a possibilidade de reaplicar análises a um mesmo grupo sem alterar a unidade de observação torna o pré-teste desnecessário.

Na figura abaixo, o procedimento experimental é descrito esquematicamente a fim de melhor representar as diferenças relativas a cada modo de avaliação e a cada *ranking* decorrente desta avaliação. No esquema fica claro que uma mesma amostra (A) é utilizada para as avaliações do grupo de controle e do grupo experimental. No primeiro grupo, o tipo de avaliação aplicada segue os moldes tradicionais, utilizando os valores-notícia de maneira tácita ( $x_0$ ), ao passo que no segundo, a Matriz de Relevância nas suas dimensões de estrutura e software atua como o fator experimental e manipula de forma diferenciada a variável dependente, que precisa ser externalizada, isto é, tornada explícita ( $x_1$ ). Como resultado desta manipulação diferenciada, aponta-se para a construção de *rankings* diferenciados, que terão sua sistematicidade e sua capacidade de gerar dados aferidas pela comparação ou pós-teste.



**Figura 11 – Representação esquemática do experimento**

Fonte: Pesquisa empírica

Para delineamentos experimentais com estas características (grupo de controle e sem pós-teste) sugere-se que uma forma adequada de medir a efetividade da manipulação é a comparação dos resultados do grupo de controle e do grupo experimental utilizando o

procedimento reconhecido como razão crítica ou teste t (CAMPBELL; STANLEY, 1979, p. 48). Neste procedimento o resultado extraído do grupo de controle ( $t_0$ ) seria comparado ao resultado extraído do grupo experimental ( $t_1$ ), podendo gerar três resultados possíveis: a)  $t_0 = t_1$ ; b)  $t_0 > t_1$  e; c)  $t_0 < t_1$ .

Se  $t_0$  for igual ou menor do que  $t_1$ , não se pode afirmar que a variável independente ocasionou modificação na variável dependente, no caso desta pesquisa os resultados a) ou b) indicariam que a externalização e a manipulação dos valores-notícia através do Qualijor não teria gerado resultados melhores quanto a sistematização do *ranking* de relevância. Para comprovar a causalidade da variável independente sobre a variável dependente, o único resultado satisfatório é o representado por c), isto é, é necessário demonstrar que quando manipulado sem a externalização e sem o fator experimental, o resultado encontrado tem menor sistematicidade e capacidade de geração de dados.

Uma vez que a manipulação da variável independente não envolve acréscimos quantitativos, isto é, não são acrescentados acontecimentos geradores de mais valores-notícia, mas são consideradas as mesmas notícias, a partir de uma alteração na forma de manipulação e armazenamento dos seus valores-notícia, não se espera alcançar resultados quantitativos diversos e sim uma alteração também formal no *ranking* de relevância.

Na verdade, o grupo de controle, não disponibiliza dados quantitativas, há apenas valores-notícia presumidos e posição de relevância. O que não permite sistematicidade, transparência nem gestão do conhecimento. No grupo experimental, há valores-notícia explícitos, aplicados conforme regras claras, que, em via oposta, esperamos que proporcione sistematicidade, transparência e gestão do conhecimento.

Isto posto, a comparação, ou pós-teste, se apresentou como um desafio à parte para o experimento, uma vez que os experimentos mais comuns, vinculados a tradição de pesquisa das ciências naturais, costumam trabalhar com grandezas mais claramente quantificáveis do que a medida da sistematicidade e da capacidade de gerar dados adicionais pretendida por este trabalho.

Mesmo não sendo tão claramente quantificável, o fenômeno de interesse precisou ser relacionado a medidas, isto é, foi necessário construir uma relação numérica, uma vez que ela possibilita a realização de uma série de operações (RUDIO, 1997, p. 89). A relação com escalas numéricas, segundo Rudio (1997) pode ser apresentada em quatro níveis, nominal, ordinal, de intervalo e de proporção, entre as quais será utilizada a primeira. A escala nominal é o nível mais simples da construção de medidas. Nesta escala os números servem para

indicar o pertencimento ou não pertencimento de um fenômeno a uma classe, para distinguir uma classe de outra e para indicar igualdade ou equivalência entre os membros que pertencem a uma mesma classe (RUDIO, 1997, p. 90).

A escala nominal a ser construída pretende estabelecer uma relação numérica entre os *rankings* de relevância ao sinalizar com o número 1 a capacidade de gerar determinado dado e com 0 a incapacidade de fazê-lo. Assim, os números 1 e 0 indicarão o pertencimento ou não pertencimento a determinado grupo e a soma dos indicadores representará quantas vezes um *ranking* respondeu positivamente a uma exigência.

Cada exigência funcionará como um grupo que incluirá ou não os *rankings* de relevância. Entre os itens que irão compor as exigências a serem cobradas estão: a) a capacidade de hierarquizar conteúdos; b) a capacidade de hierarquizar conteúdos de edições distintas; c) a capacidade de informar graus de variação da relevância entre conteúdos d) a capacidade de esclarecer os indicadores de relevância utilizados; e) a capacidade de armazenar os indicadores de relevância utilizados; f) a capacidade de levar ao reconhecimento de indicadores muito e pouco utilizados; g) capacidade de oferecer apoio à tomada decisões editoriais e h) a capacidade de gerar padrões de alta, média e baixa relevância.

A partir da correspondência às exigências, o trabalho poderá compor uma escala nominal que servirá para indicar a correspondência a estes elementos de sistematização, bem como o maior ou menor nível de sistematização, que este trabalho pretende alcançar. Na seção seguinte, o experimento aqui delineado será exposto juntamente com os seus resultados e a análise deles decorrente.

## 5 RESULTADOS E ANÁLISE

A partir deste capítulo serão expostos os resultados oriundos da execução das tarefas e ações descritas no capítulo anterior, além das análises que tais resultados provocam. Seguindo a ordem procedimental que também já foi sugerida, a primeira tarefa, referente ao grupo de controle, se dedicou a distribuir em posições, as cinco matérias selecionadas em cada dia e que já eram dispostas hierarquicamente. Assim, a ação fundamental relativa a esta tarefa diz respeito a organização das matérias em cinco faixas de relevância que na sequência, da posição 1 à posição 5, referem-se a matérias de alta relevância, média alta relevância, média relevância, média baixa relevância e baixa relevância.

Após a separação em faixas, cada conteúdo foi organizado gerando uma divisão equilibrada entre as 5 faixas de posição, isto é, em cada dia apenas uma matéria ocupava a posição máxima de destaque, bem como só uma ocupava a posição mínima. Dessa forma, as 60 unidades de observação de cada uma das três produções geraram 12 matérias de posição 1, 12 de posição 2, 12 de posição 3 e assim por diante.

Passada a organização, todas as unidades de observação foram expostas à metodologia de análise embutida no Qualijor. Esta metodologia requer, de início, a externalização dos valores-notícia presentes no conteúdo ( $x_1$ ), diferenciando-os dos valores-notícia tácitos ( $x_0$ ) manipulados na primeira tarefa. Conforme explicado, a relação entre o peso prévio das categorias e sub-categorias, os valores-notícia externalizados ( $x_1$ ) e a intensidade com estes valores se manifestam na matéria fazem com que o Matriz de Relevância gere uma pontuação detalhada para cada unidade de observação.

Para que as pontuações geradas possam ser utilizadas para avaliar o nível de relevância das matérias é preciso suprir uma lacuna deixada no capítulo anterior e estabelecer um padrão que possa apontar para a conformidade ou não conformidade. Em outras palavras, o padrão faz com que números brutos adquiram sentido, quando comparados a uma expectativa prévia.

Sem um padrão, indicar que um conteúdo atingiu a pontuação 10 ou 12 possibilita interpretações limitadas. É plausível afirmar, a respeito de pontuações positivas, que o conteúdo que atingiu 12 foi melhor avaliado do que o que atingiu 10, mas não é possível dizer se ele é relevante ou não, para tanto é necessário estabelecer uma escala de valores que esclareça o que é alto, o que é baixo e, entre eles, o que é intermediário.

Para a composição do padrão de relevância desta análise, a fim de definir as faixas de relevância a partir das pontuações geradas, foram utilizados os dados brutos retirados do Qualijor depois da avaliação individual dos conteúdos. Considerando que cada produção jornalística forneceu 60 conteúdos divididos em 5 faixas de destaque para a análise, foram contabilizadas as 12 maiores e menores pontuações de cada periódico para estabelecer os extremos da escala-padrão.

As 12 maiores pontuações não correspondem necessariamente às 12 matérias localizadas na posição 1, assim como as 12 menores não correspondem às de posição 5, pois as maiores e menores posições obtidas no grupo de controle serão reavaliadas no grupo experimental. Assim, para estabelecer um padrão para as avaliações em questão é mais importante considerar as pontuações jornalísticas que podem ser alcançadas, no caso das maiores pontuações, e as mínimas pontuações que foram aceitas, no caso das menores pontuações.

Optar pelas maiores e menores notas e não pelas notas das matérias em posição de destaque 1 e 5, ainda permite excluir desta composição a interferência de outras influências de noticiabilidade, além dos valores-notícia, como o hábito, percebido no telejornal analisado, de destacar conteúdos leves por último, independente da sua relevância ou do jornal impresso de trazer conteúdos vinculados à editoria política na manchete.

A tabela abaixo destaca, portanto, a média das 12 maiores e das 12 menores pontuações para cada veículo, além da média, obtida através das três produções, e que norteará a avaliação geral.

**Tabela 1 - Comparativo das Pontuações Gerais**

<b>Médias parciais e geral das maiores e menores pontuações</b>		
	<b>Média das 12 maiores pontuações</b>	<b>Média das 12 menores pontuações</b>
<b>Produção I</b>	<b>9,1</b>	<b>5,5</b>
<b>Produção O</b>	<b>8,8</b>	<b>5,6</b>
<b>Produção T</b>	<b>8,6</b>	<b>4,8</b>
<b>Média</b>	<b>8,8</b>	<b>5,3</b>

Fonte: pesquisa empírica.

A média alcançada passou a determinar os extremos, de forma que matérias que igualem ou superem o inteiro em vigor para as maiores pontuações (8) serão consideradas de alta relevância e matérias que fiquem abaixo do inteiro em vigor para as menores pontuações

(5) serão consideradas de baixa relevância. A partir de uma variação constante entre a maior e menor pontuação esperadas, foi possível estabelecer uma escala de cinco faixas de posição, conforme quadro abaixo.

**Quadro 3 - Grau de conformidade quanto à relevância e pontuações equivalentes**

<b>Grau de conformidade</b>	<b>Padrão de Pontuação</b>
Faixa 1 - ALTA RELEVÂNCIA	$\geq 8$
Faixa 2 - MÉDIA ALTA RELEVÂNCIA	7 – 7,9
Faixa 3 - MÉDIA RELEVÂNCIA	6 – 6,9
Faixa 4 - MÉDIA BAIXA RELEVÂNCIA	5 – 5,9
Faixa 5 - BAIXA RELEVÂNCIA	$< 5$

Fonte: pesquisa empírica.

Assim, além das faixas de alta e de baixa relevância será possível determinar matérias de média alta relevância (aquelas que pontuarem entre 7 e 7,9), matérias de média relevância (em referência às que pontuarem entre 6 e 6,9) e as de média baixa relevância (por atingirem pontuação entre 5 e 5,9). Esta escala permite que cada matéria seja avaliada por si, sem que uma comparação com a pontuação de outras matérias seja necessária para a compreensão de uma nota como satisfatória.

Além da pontuação direta, isto é, a pontuação decorrente da leitura e do tratamento de um conteúdo específico, o padrão de conformidade auxiliou no estabelecimento de uma pontuação indireta a ser utilizada nas unidades de observação, enquanto parte do grupo de controle. A pontuação indireta foi criada para facilitar alguns exercícios comparativos a serem realizados adiante. Considerando as cinco posições analisadas e a margem estabelecida pela média das maiores e menores notas estabeleceram-se as pontuações artificiais dispostas na tabela abaixo.

**Quadro 4 – Pontuação indireta de Relevância**

<b>Relação entre posição e pontuação indireta</b>
Posição 1 = 8
Posição 2 = 7
Posição 3 = 6
Posição 4 = 5
Posição 5 = 4

Fonte: pesquisa empírica.

A partir desta pontuação indireta, fica estabelecido que todas as matérias do grupo de controle em primeira posição de destaque receberão a pontuação oito, assim como todas as de terceira posição de destaque, por exemplo, receberão a pontuação média, isto é seis. A pontuação indireta tem o objetivo de ser uma grandeza possível de comparar com a pontuação direta, da mesma forma que a posição hierárquica de distribuição do conteúdo na edição ( $y_0$ ) será comparada com a posição hierárquica estabelecida no *ranking* de relevância ( $y_1$ ).

Para a comparar a hierarquia estabelecida pelos veículos ( $y_0$ ), utilizando os valores-notícia de maneira tácita ( $x_0$ ), com a hierarquia disposta no *ranking* de relevância ( $y_1$ ), que utiliza os valores-notícia após sua externalização ( $x_1$ ), foi empregado o padrão disposto na figura abaixo.

1	1	1	1	1
2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5

**Figura 12 - Padrão de Conformidade baseado no *ranking* de relevância**

Fonte: pesquisa empírica.

A comparação entre os *rankings* não pretende questionar a pontuação de uma matéria, mas testar a correspondência entre as decisões tomadas na redação e as decisões adotadas pelos pesquisadores sobre as matérias mais relevantes em comparação com as demais matérias a disposição no dia. Na tabela, a diagonal central (marcada pela cor verde) é o ponto de partida para a compreensão da conformidade ou não conformidade hierárquica. Para medir a correspondência de uma classificação hierárquica, o pesquisador deve voltar-se, na diagonal central, para a posição recebida no grupo de controle, isto é, um conteúdo que foi classificado pelo periódico como o segundo mais relevante do dia deve conduzir a atenção do pesquisador para a segunda coluna, na qual se encontra a posição 2 na diagonal central.

Se a posição no *ranking* de relevância gerado pelo Qualijor também for 2, o nível de correspondência é ótimo, se 1 ou 3, o nível de correspondência será bom (sinalizado pela cor azul), se a posição da matéria no *ranking* de relevância for 4, o nível de concordância será regular e se no *ranking* da Matriz de Relevância a matéria ocupar a posição 5, indicando mais de duas casas de distância, o nível de correspondência será tido como ruim. Esta escala varia

de acordo com a posição de partida do conteúdo e determina, através das suas cores, que as matérias com um ótimo nível de concordância receberão a cor verde; as com um nível bom receberão a cor azul; as que marcarem uma concordância regular serão marcadas em amarelo; e, por último, as que tiverem uma concordância ruim entre a classificação da produção noticiosa e a da Matriz de Relevância serão marcadas com a cor vermelha.

A partir destas quatro possibilidades avaliativas, as pontuações diretas e indiretas e as posições no *ranking* de posição e no *ranking* de relevância, formulou-se um conjunto de três tabelas (uma para cada produção jornalística analisada), listadas sem cortes no apêndice, e que expõem os resultados de cada unidade de observação, enquanto parte do grupo de controle e do grupo experimental. As sub-retrancas responsáveis por identificar os conteúdos no Qualijor foram listadas em ordem decrescente de destaque, seguindo a classificação primeira dos veículos e a ordem das edições sorteadas.

Além da identificação das unidades de observação, a tabela conta com duas grandes colunas que expõem os pontos e a posição no *ranking* retirados do Qualijor e os pontos e a posição no *ranking* relativos a classificação própria da produção jornalística, respectivamente as colunas A, B, C e D. A tabela ainda conta com um sistema de cores, que aplica não só a escala de cores descrita para a concordância hierárquica, mas também as cores que representam as faixas de relevância, variando de um azul mais escuro a um tom denso de laranja, como pode ser visto na variação constante representada na coluna C.

O fragmento de tabela trazido abaixo, pretende esclarecer a constituição dos elementos que serão explorados a seguir através de gráficos. No exemplo em questão são representadas as duas primeiras edições da amostra sorteada referente à produção localizada no meio on-line (Produção O). Mesmo a partir desta parte, é possível iniciar a discussão de alguns aspectos notórios.

**TABELA 2 – Avaliação da relevância com base nas pontuações e nos *rankings***

PRODUÇÃO O		Grupo Experimental		Grupo de controle	
		A	B	C	D
Unidade de Observação		Pontos Qualijor	Ranking Qualijor	Pontos P. O.	Ranking P. O.
11	Greve de professores paralisa 25 das 63 universidades federais, diz sindicato	8,25	1°	8	1°
	Câmara aprova redução da idade mínima para governador, deputado e senador	7,9	2°	7	2°
	Senado aprova projeto que transforma assassinato de policias em crime hediondo	7,65	4°	6	3°
	Deputados aprovam novas datas de posse para presidente da República e governador	7,9	3°	5	4°

	Serasa Experian registra em maio crescimento de 10,8% na procura por crédito	6	5°	4	5°
	Justiça italiana suspende extradição de Pizzolato	6,6	4°	8	1°
12	Professores da rede estadual de decidem suspender a greve em São Paulo	9,25	1°	7	2°
	Chioro defende contribuição para complementar financiamento do SUS	7	3°	6	3°
	ProUni vai oferecer mais de 116 mil bolsas no segundo semestre de 2015	8,5	2°	5	4°
	No Rio, 8 mil alunos ficam sem aula por causa de operação policial na zona oeste	6,5	5°	4	5°

Fonte: pesquisa empírica.

As cinco matérias referentes a edição do dia 11 de junho de 2015 foram listadas conforme o *ranking* de posição estabelecido pela Produção O (ver coluna D), isto é, a matéria "Greve de professores paralisa 25 das 63 universidades federais, diz sindicato", foi a matéria em maior destaque na *homepage* no momento da coleta dos materiais. Seguindo o *ranking* de posição e as pontuações indiretas estabelecidas, a coluna C expõe a variação constante das pontuações, indo de alta a baixa relevância.

As colunas A e B, por sua vez, são resultado da aplicação do fator experimental, ou seja, a metodologia de avaliação disposta no Qualijor. Nelas, as unidades de observação são avaliadas a partir de uma pontuação direta e de um *ranking* decorrente desta pontuação. A primeira matéria alcançou 8,25 pontos na avaliação realizada na Matriz de Relevância, por superar a pontuação 8 é sinalizada como de alta relevância. Por alcançar também na avaliação do Qualijor a maior pontuação do dia, a concordância hierárquica é ótima e o par passa a ser sinalizado com a cor verde.

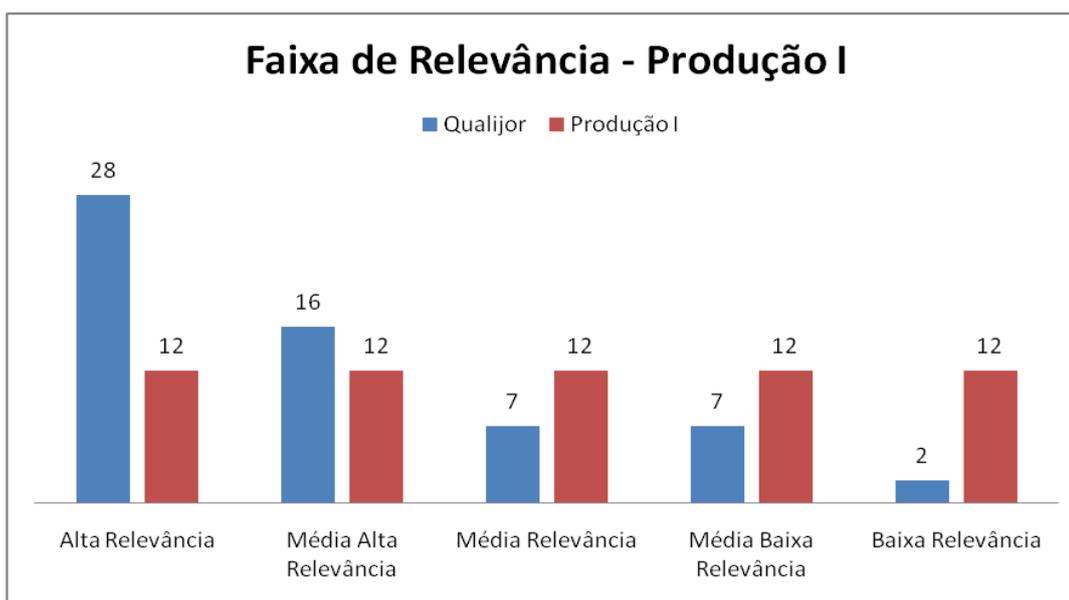
Na primeira edição, o nível de concordância hierárquica é muito alto, variando apenas entre ótimo e bom, o que não acontece na edição seguinte, 12 de junho. Neste dia, a suspensão da extradição de Henrique Pizzolato, ex-diretor de marketing do Banco do Brasil, ocupou a primeira posição de destaque na avaliação da Produção O, mas na avaliação da Matriz de Relevância ficou apenas na quarta posição, gerando um nível ruim de concordância.

Retomando a edição do dia 11, é interessante notar que mesmo diante de uma alta concordância quanto a posição hierárquica, nenhuma matéria foi considerada como de média baixa ou de baixa relevância, uma vez que nenhum conteúdo recebeu uma pontuação abaixo de seis. Esta decisão apertada, entre matérias que estão numa mesma faixa de relevância (como as matérias de posição 2, 3 e 4) parece mais coerente com as situações enfrentadas nas organizações jornalísticas, que muitas vezes precisam decidir entre conteúdos cuja relevância parece equivalente.

Partindo destes dois grandes elementos de comparação, isto é, a concordância entre os *rankings* e a disposição dos conteúdos em faixas de relevância tanto no grupo de controle quanto no grupo experimental, serão expostos os dados gerais, referentes à totalidade de conteúdos analisados para cada periódico. Enquanto a comparação dos *rankings* está mais interessada no nível conformidade entre as decisões tomadas pelos veículos e pelo exercício de pesquisa auxiliado pelo Qualijor, a disposição dos conteúdos por faixa de relevância pretende alcançar dados úteis ao conhecimento da qualidade relativa a cada conteúdo.

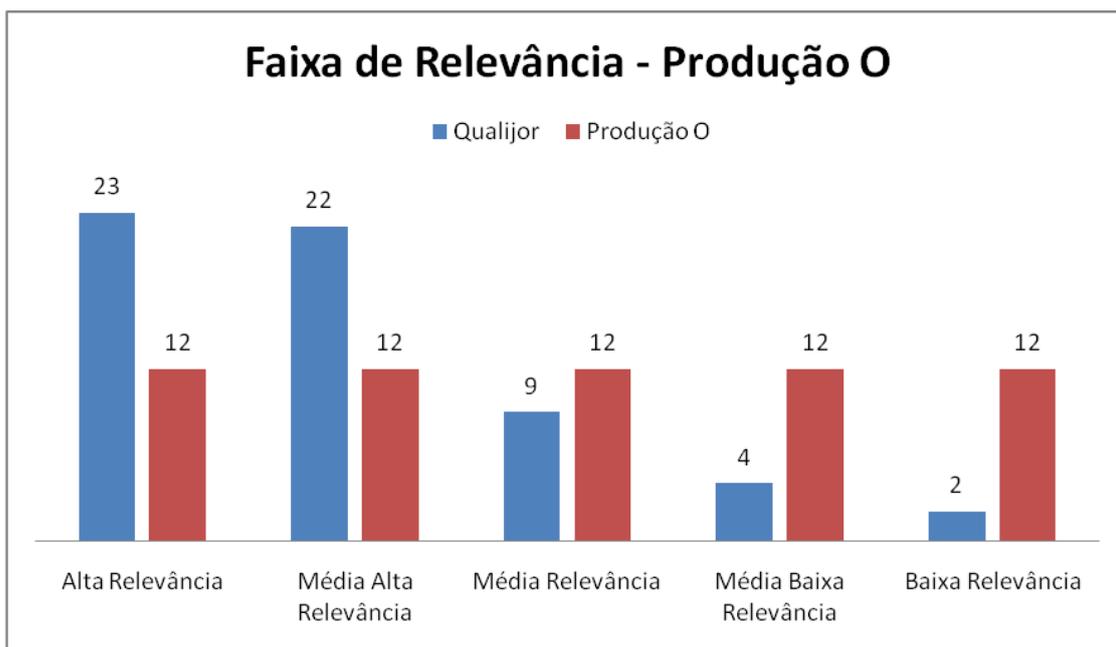
Retomando a definição de qualidade como o "grau no qual um conjunto de **características** inerentes satisfaz a **requisitos**" (ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 8), as matérias serão consideradas como de alta, média alta, média, média baixa e baixa qualidade, quanto ao requisito relevância, de acordo com a faixa de relevância que puderem alcançar. Assim, os conteúdos que atingirem ou superarem a pontuação oito serão considerados de alta qualidade para o requisito relevância, bem como os que ficarem abaixo da pontuação cinco serão considerados de baixa qualidade para o mesmo requisito. Dessa forma, a pontuação de relevância obtida será tomada como um indicador da qualidade do produto, que será considerada satisfatória ao superar ou igualar a média e insatisfatória ao ficar abaixo dela.

A organização dos conteúdos de cada produção por faixa de relevância demonstrou que em todos os veículos mais de 50% das unidades de observação localizaram-se acima da faixa mediana de relevância, isto é, obtiveram pontuações acima de sete e alcançaram as faixas de média alta ou de alta relevância.



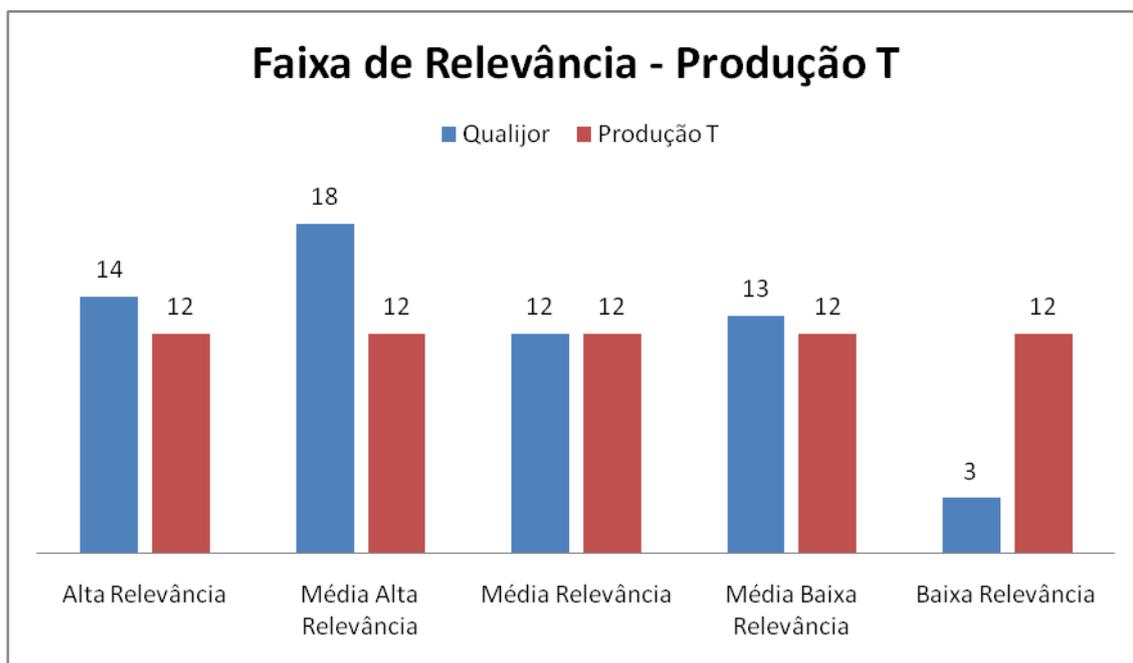
**Figura 13 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção I**

Fonte: Pesquisa Empírica



**Figura 14 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção O**

Fonte: pesquisa empírica



**Figura 15 - Gráfico do nível de qualidade do requisito relevância: Produção T**

Fonte: pesquisa empírica

Em todos os gráficos, a quantidade de matérias por faixa, segundo a avaliação das produções (grupo de controle), apresenta invariavelmente 12 conteúdos. Estes valores são constantes uma vez que a disposição do conteúdo no produto final não permite conhecer outra variação senão a hierárquica. A apresentação do conteúdo pelos veículos não permite ao leitor

reconhecer a relevância isolada de um conteúdo ou comparar graus precisos de variação de relevância, uma vez que o sistema adotado pelas empresas, a hierarquização, exclusivamente, não confere maiores detalhamentos.

Limitando-se ao material oferecido pelos periódicos, não é possível determinar se a matéria que ocupou a posição de manchete no dia 11 é mais ou menos relevante do que a matéria que ocupou a mesma posição no dia seguinte, nem é possível dizer se as matérias de posição de destaque 1 e 2 têm graus de relevância muito ou pouco distantes. Dessa forma, o único processamento quantitativo que pode ser feito a partir do material retirado dos veículos diz respeito a hierarquia dos conteúdos na edição, ou seja, é possível inferir, a partir da disposição dos conteúdos, que as notícias em posição de destaque 1 foram julgadas mais relevantes que as de em posição de destaque 2 e estas foram tidos como mais relevantes do que as localizadas na posição de destaque 3.

Não é possível afirmar se a eleição da matéria de posição 1 foi facilitada por um conjunto de outras matérias muito menos relevantes ou se a decisão foi acirrada entre um conjunto de matérias de alta relevância. O que a Matriz permite acessar é a sutileza e a variedade de realidades com as quais os jornalistas trabalham. Se em determinado dia dois acontecimentos extremamente relevantes ocorrem, o jornalista precisa conceder destaque maior a um deles. Se em outro dia nada muito marcante aconteceu, uma notícia considerada apenas regular pode ganhar a maior posição de destaque. Através da Matriz de Relevância é possível não só apontar o conteúdo que alcançou a maior pontuação de relevância em relação aos demais, mas também indicar se essa pontuação equivale a uma faixa de alta, média ou baixa relevância.

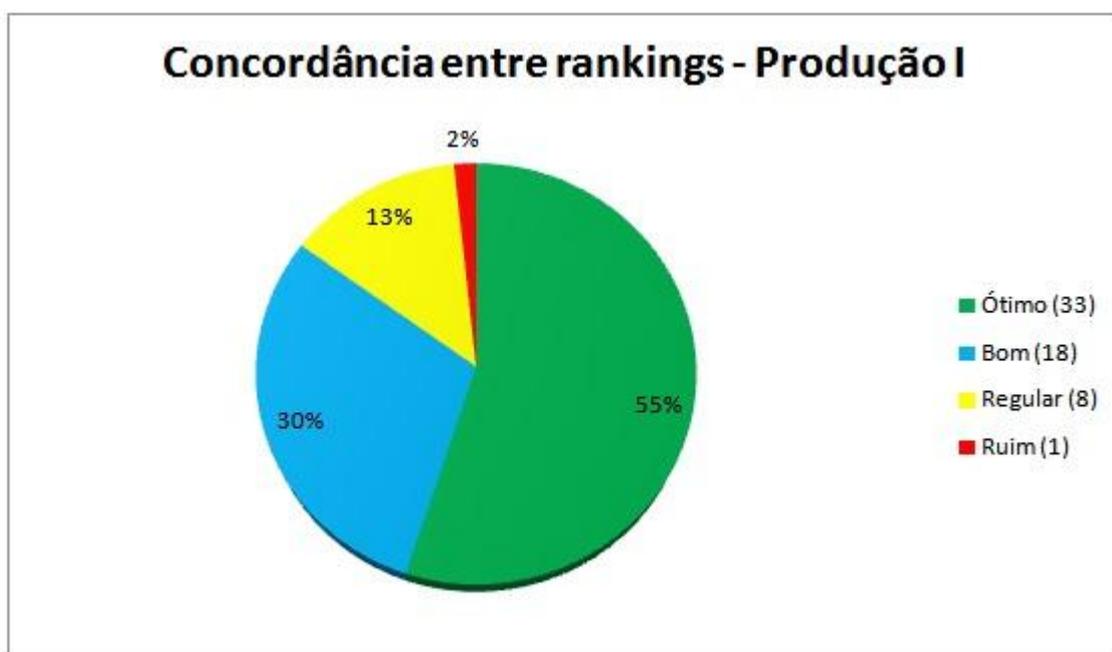
Assim como o equilíbrio na distribuição das matérias do grupo de controle por faixa de relevância era esperado, a disposição da maior parte dos conteúdos do grupo experimental nas faixas de maior relevância não surpreende a pesquisa, uma vez que a amostra não incluía todos os conteúdos da edição, mas apenas os que já haviam sido destacados como mais relevantes. Em outros termos, a análise foi feita diante de uma seleção das melhores (ainda que em graus distintos) apontada pelos veículos.

Entre os três veículos, apenas a produção televisiva ultrapassou a quantidade de 10 conteúdos abaixo da média de relevância, a produção impressa e a produção on-line obtiveram apenas nove e seis conteúdos nas duas faixas inferiores, respectivamente. Nas três produções, o quantitativo de conteúdos que alcançaram um nível satisfatório, isto é, superaram a faixa da média baixa relevância, correspondem a 85% para a Produção I

(equivalente a 51 unidades de observação), a 90% para a Produção O (em referência à 54 matérias) e a 73,3% para a Produção T (percentual decorrente das 44 matérias em posição de média, média alta e alta relevância).

A divergência na distribuição das faixas de relevância não representa uma discordância real, uma vez que as faixas referentes ao grupo de controle são artificiais e geradas apenas com uma finalidade comparativa. A distribuição por faixas visualizada entre os conteúdos componentes do grupo experimental pode, na verdade, ser indício da capacidade de a Matriz de Relevância atingir elementos sutis do processo de avaliação da relevância jornalística que se perdem entre o processo de produção e a exposição do material pronto na edição final.

No sentido de detalhar o nível de concordância real entre as avaliações realizadas isoladamente pelos veículos analisados e através da Matriz de Relevância, é válido expor os dados da hierarquização de conteúdos, principalmente pois os *rankings* de posição são as grandezas mais sólidas retiradas da avaliação dos jornais e a partir delas espere-se confirmar ou negar a coerência entre as avaliações, trazendo mais sentido aos dados recém-expostos.

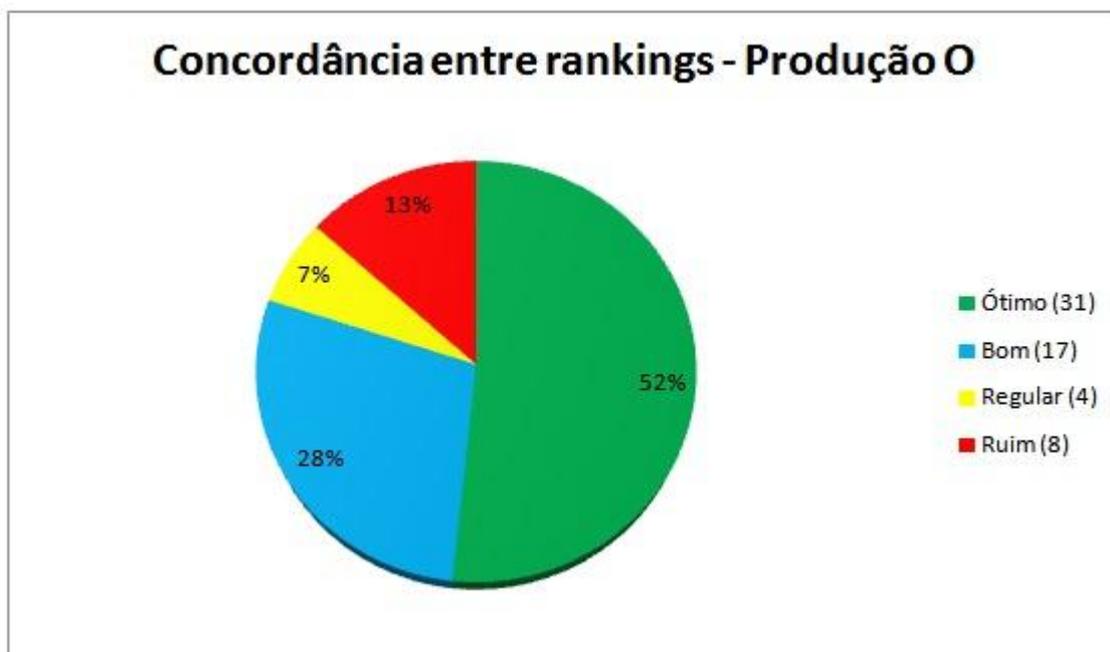


**Figura 16 - Gráfico do Percentual de concordância entre os *rankings* de relevância: Produção I**

Fonte: pesquisa empírica

Para a produção impressa, 51 das 60 matérias obtiveram um nível de concordância bom ou ótimo, o que representa 85% do total, no qual ou os *rankings* concordaram totalmente

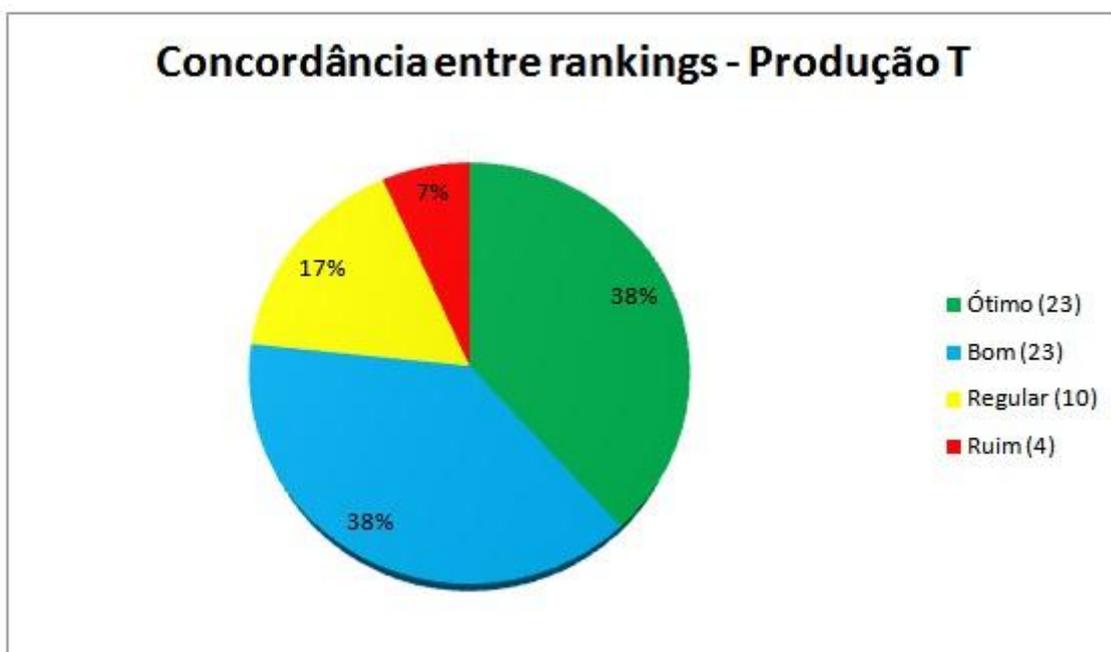
sobre o lugar adequado para determinada matéria em uma edição ou discordaram apenas em uma posição, isto é, uma matéria que foi julgada como a 4ª mais importante do dia pelo veículo, por exemplo, foi eleita como a 3ª ou a 5ª pela pelo *Ranking* de relevância, representando uma pequena variação.



**Figura 17 - Gráfico do Percentual de concordância entre os *rankings* de relevância: Produção O**

Fonte: pesquisa empírica.

Percentualmente semelhantes aos números referentes à Produção I, os da Produção O também apresentaram uma larga quantidade de avaliações cuja concordância superaram a regularidade. Para esta produção, como mostra o gráfico, 80% do total de matéria, isto é, 48 dos 60 conteúdos apresentaram um nível de concordância bom ou ótimo, ainda que nesta produção, a parcela de discordâncias tenha atingido um alto percentual de 13%. Uma possibilidade de interpretação para este percentual de discordância advém da mobilidade dos conteúdos nos periódicos on-line, fazendo com que uma matéria que ocupou posições de destaque na *homepage* seja conduzida a posições de menor relevância devido ao surgimento de conteúdos de atualidade mais imediata.



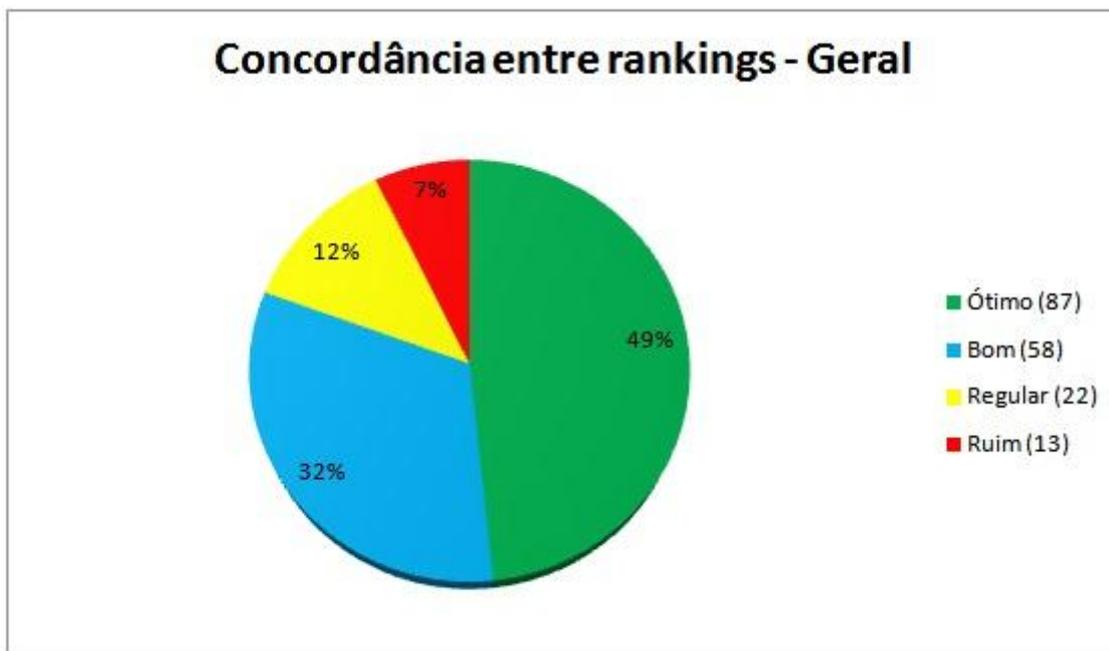
**Figura 18 - Gráfico do Percentual de concordância entre os *rankings* de relevância: Produção T**

Fonte: pesquisa empírica.

Mesmo a produção em que se visualizou o menor nível de concordância hierárquica na organização dos conteúdos apresentou resultados muito satisfatórios. 76% dos conteúdos relativos à produção televisiva foram avaliados de maneira semelhante pelo *ranking* de relevância do Qualijor e apenas em quatro matérias, o equivalente a 7% do conteúdo, o nível de concordância ultrapassou duas faixas e pode ser considerado ruim.

O somatório das três produções gerou um gráfico geral, no qual estão inseridas as avaliações das 180 unidades de observação e que reforça as tendências de concordância ótimas e boas visualizadas individualmente. No gráfico geral, a quantidade de matérias cuja concordância de disposição foi ótima atingiu sozinha o percentual de 49%. Somando o nível ótimo ao nível bom, podemos indicar que em 81% dos conteúdos, isto é, em 145 das 180 matérias a concordância está acima do satisfatório.

Ainda no gráfico geral, o percentual regular, apontado em amarelo, foi alcançado através de 22 conteúdos, 12%, nos quais a avaliação comparada nem gera resultados positivos, nem abaixo do esperado. Compondo o último grupo, o percentual de matérias cuja discordância foi total, equivale a 7%, indicando que em apenas 13 dos 180 conteúdos a Matriz de Relevância e os veículos discordaram amplamente sobre o espaço merecido na edição final.



**Figura 19 - Gráfico do Percentual de concordância entre os *rankings* de relevância: Geral**

Fonte: pesquisa empírica.

Através deste conjunto de gráficos é possível dimensionar a calibragem entre as avaliações realizadas no âmbito da matriz e as avaliações desenvolvidas durante o processo de produção dos conteúdos. De maneira geral, todas as avaliações de correspondência apresentam resultados positivos e acima da média percentual. Os resultados são ainda mais representativos por indicar que a metodologia de análise de alguma forma converge com a avaliação da maior parte do conteúdo.

Uma vez que não se deve deixar de reconhecer os méritos dos jornais em relação às análises de relevância, tal convergência é vista de maneira muito positiva. Através dela é possível iniciar uma validação a respeito dos requisitos de relevância e dos pesos adotados na estrutura da Matriz. Como já foi dito, não temos a intenção de menosprezar o conhecimento tácito processado, mas pretendemos apenas fazê-lo transitar por outras formas de conversão do conhecimento.

Assim, retomando os resultados referentes a distribuição nas faixas de relevância e aproximando-se da ampla concordância hierárquica, inferiu-se que a metodologia presente da Matriz de Relevância é capaz de atingir resultados semelhantes aos processados pelas organizações jornalísticas, além de ser capaz de gerar uma escala de pontuações sutis, capazes de perceber pequenas variações do requisito relevância e convertê-las em pontuações comparáveis. Se utilizadas como suporte ao processo de produção, estimamos ainda que este

recurso de avaliação de relevância poderia figurar como um interessante auxílio para a tomada de decisão dos jornalistas envolvidos.

Ao conseguir alcançar resultados avaliativos semelhantes ao das avaliações realizadas por organizações jornalísticas de destaque nacional, a Matriz de Relevância sugere uma familiaridade que é importante para não gerar uma rejeição à ferramenta. Reconhecida esta aproximação de padrões e esta familiaridade, o trabalho passará a apresentar as vantagens do processo avaliativo experimental, entre as quais estão a capacidade de gerar dados sistematizados, que ficam disponíveis para avaliação e reavaliação, bem como para a extração de outros indicadores, como será feito a seguir.

## 5.1 Valores-notícia em destaque e em defasagem

Através de um processamento típico da análise de conteúdo, a Matriz de Relevância permite observar de maneira setorizada a adoção de cada indicador de relevância, que em conjunto constituirão a pontuação final dos conteúdos. Neste momento, serão destacados os valores-notícia, em maior ou menor destaque quantitativo no período, para cada produção, bem como, o total de matérias em que cada uma das cinco categorias aparece.

### 5.1.1 Atualidade

A forte relação entre o jornalismo e a atualidade fez com que a categoria pontuasse em todos os 180 conteúdos analisados. Devido ao peso duplo, para esta categoria só foi permitida uma marcação por conteúdo, de forma que as quantidades expressas na tabela 3 indicam diretamente a quantidade de matérias que tiveram sua atualidade justificada por cada valor-notícia.

**Tabela 3 - Macro valor-notícia Atualidade**

<b>Comparativo - Quantitativo de valores-notícia por produção jornalística</b>			
<b>ATUALIDADE</b>	Produção O	Produção I	Produção T
<b>Acompanhamento</b>	4	11	5
<b>Factual</b>	35	26	32
<b>Fria</b>	1	1	5
<b>Gancho</b>	1	2	4

<b>Novidade</b>	10	12	11
<b>Repercussão</b>	9	7	2
<b>Temática</b>	0	1	1
<b>Total de matéria em que a categoria pontuou</b>	60	60	60

Fonte: pesquisa empírica.

Nesta categoria há uma similaridade considerável entre o material das três produções. Em todas elas o valor-notícia factual, por exemplo, é mais utilizado para justificar a atualidade, atingindo percentuais acima de 50% nas coberturas das produções T e O, e um percentual de 43,3% para a Produção I, ao passo que o valor-notícia temático tem um destaque insignificante, aparecendo em apenas um conteúdo das produções I e T e em nenhuma das matérias da Produção O.

Por mais que esta apreciação, como foi dito na seção anterior, não objetive apontar a qualidade da relevância "real", ela é válida ao sugerir o quanto as produções estão focadas em ocorrências pontuais e rapidamente perecíveis em contraste com o pequeno esforço para destacar temáticas de atualidade conjuntural, mas que não se justificam por um evento ou por um desdobramento deste.

Depois das matérias factuais, as que traziam novidade foram as mais destacadas, alcançando um percentual de 16,6% na Produção O, de 20% na Produção I e de 18,3% na Produção T. O Acompanhamento também está entre as sub-categorias que mais justificaram a atualidade de uma matéria. Para este valor-notícia a Produção I apresentou um quantitativo maior do que a das demais, 18,3%, em oposição aos 6,6% da Produção O e aos 8,3% para a Produção T.

Um elemento divergente, entre tantas semelhanças, está na utilização de matérias frias e nas repercussões. Na amostra da Produção O e da I uma quantidade considerável de conteúdos, 15% e 11,6%, respectivamente, dedicados a trazer repercussões, isto é, análises sobre acontecimentos ou fatos já mencionados, somando a perspectiva de envolvidos, de implicados, do público ou de especialistas; percentual muito distinto do encontrado para a Produção T que justificou sua atualidade através da repercussão em apenas duas matérias, isto é, 3,3% dos conteúdos. Em oposição, as matérias frias tiveram pouco espaço na capa do veículo impresso e na *homepage* do on-line, ambos apresentando quantitativos de 1,6%, mas encontram maior lugar entre os conteúdos da escalada do veículo televisivo, que trouxeram conteúdos frios em 8,3% das suas produções.

### 5.1.2 Interesse Público

A respeito do Interesse Público também não foi possível pontuar mais de um indicador de relevância por matéria, de forma que cada subcategoria representa um conteúdo ou uma matéria jornalística. Na Produção O, apenas quatro matérias não possuíam algum indicador de interesse público; na I, oito conteúdos não justificavam sua relevância por esta categoria; já na T, o percentual foi consideravelmente maior, 12 ou 20% do total de matérias não justificaram o interesse público que as elegia para serem transformadas em notícia.

**Tabela 4 - Macro valor-notícia Interesse Público**

<b>Comparativo - Quantitativo de valores-notícia por produção jornalística</b>			
<b>INT. PÚBLICO</b>	Produção O	Produção I	Produção T
<b>Direitos Individuais</b>	1	1	2
<b>D. Sociais</b>	0	2	0
<b>D. Políticos e Partidário</b>	1	0	0
<b>Interesse Geral</b>	9	11	17
<b>Interesse Coletivo</b>	4	4	7
<b>Interesse Individual</b>	0	0	4
<b>M. P. e Defensoria</b>	1	2	0
<b>Poder Executivo</b>	17	21	7
<b>Poder Judiciário</b>	8	2	8
<b>Poder Legislativo</b>	14	9	3
<b>Total de matéria em que a categoria pontuou</b>	56	52	48

Fonte: pesquisa empírica.

Para esta categoria, também é possível observar correspondências entre as produções. Os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, valores-notícia utilizados para chamar a atenção para conteúdos protagonizados por estes atores, somados, aparecem 39 vezes no conteúdo da Produção O, 32 vezes nos conteúdos da I e 18 vezes nos conteúdos da T. As altas quantidade, principalmente, com relação às produções I e O demonstram a dependência, das produções jornalísticas em geral, dos espaços padronizados de recolha de materiais, já que eles garantem quantidade e facilidade de acesso, ainda que uniformizem as vozes em destaque nos noticiários.

Por sua vez, os Direitos individuais, sociais e político-partidários, somados em qualquer uma das produções jornalísticas não atinge o quantitativo referente ao citado Poder Executivo. Este elemento, por sua vez, sinaliza para a dificuldade das produções de pautarem ações protagonizadas pela sociedade civil.

Um destaque muito positivo das três produções diz respeito ao alto quantitativo de produções que justificam seu interesse público através do interesse geral, que, por serem todas produções de abrangência nacional, se refere ao potencial interesse geral de todos os brasileiros. O interesse geral justifica o interesse público em 15% dos conteúdos da Produção O, em 18,3% dos da Produção I e em 28,3% dos da T.

### 5.1.3 Potencial Impacto Público

Por conta do peso 1, nesta e nas categorias seguintes, foi possível, em conteúdos em que mais de um indicador fosse essencial, pontuar até dois valores-notícia categoria. Mas assim como na categoria anterior, ela não foi sinalizada em todos os conteúdos. Na Produção I, dez conteúdos não estabeleceram a implicação destes conteúdos no público, na O seis não o fizeram, ao passo que na amostra da Produção T, o quantitativo mais uma vez foi maior, apresentando 21 matérias que não justificaram como gerariam efeitos na sua audiência ao no público.

**Tabela 5 - Macro valor-notícia Potencial Impacto Público**

<b>Comparativo - Quantitativo de valores-notícia por produção jornalística</b>			
<b>P. I. P.</b>	Produção O	Produção I	Produção T
<b>Conflito</b>	11	16	8
<b>Decisão</b>	14	11	8
<b>Desdobramento</b>	11	11	7
<b>Mudança/Transformação</b>	5	4	4
<b>Preparação</b>	9	7	4
<b>Risco</b>	5	5	9
<b>Total de matéria em que a categoria pontuou</b>	54	50	39

Fonte: pesquisa empírica.

Para o Potencial Impacto Público, quase todos os valores-notícia receberam espaço considerável nas edições, mas podem-se destacar entre eles os valores-notícia conflito, decisão e desdobramento. Juntos estes indicadores aparecem em 60% dos conteúdos da

Produção O, em 63,3% dos conteúdos da produção I e em 38,3% do total de conteúdos da produção T. O destaque a estes valores chama a atenção para o comprometimento das produções com conteúdos que tragam à tona divergências de posição política; com situações que garantam mudanças ou a manutenção de conjunturas padrão; e com a implicação de um fato em outro, desdobrando-o.

A significativa quantidade do valor-notícia conflito, de maneira geral, pode provocar as pesquisas a expandir a utilização da matriz chamando a atenção para a necessidade de avaliar também se as partes de compõem estes conflitos estão suficientemente equilibradas ao longo da cobertura. Ainda que esta expansão não tenha sido realizada, devido aos interesses específicos desta pesquisa, este ponto retrata um aspecto de conexão entre a leitura proporcionada pela Matriz de Relevância e a possível leitura resultante da Matriz de Pluralidade, que também constitui o Qualijor.

Ainda nesta categoria deve-se destacar positivamente a quantidade de conteúdos em que foram marcados o valor-notícia preparação, destacando questões cujo debate ou implementação está para ser iniciada. Enquanto o indicador preparação encontra mais espaço nas produções O e I e menos na T, em oposição, o valor-notícia risco, que alerta para situações existentes e potencialmente perigosas distribui-se de maneira inversa. Apenas a produção T reforçou a utilização da sub-categoria apresentando um percentual de 15%, que não é apenas o maior para a sub-categoria, mas também o mais destacado pela produção T em comparação a todos os valores-notícia da categoria Potencial Impacto Público.

#### 5.1.4 Proporcionalidade

**Tabela 6 - Macro valor-notícia Proporcionalidade**

<b>Comparativo - Quantitativo de valores-notícia por produção jornalística</b>			
<b>PROPORCIONALIDADE</b>	Produção O	Produção I	Produção T
Excepcionalidade	5	6	9
Extensão do fato	17	10	8
Grau de consumação do fato	3	1	2
Impacto/quantidade	15	18	15
Intensidade	1	2	4
Proeminência	8	21	18

<b>Representatividade</b>	1	2	5
<b>Proximidade</b>	1	1	2
<b>Total de matéria em que a categoria pontuou</b>	49	56	57

Fonte: pesquisa empírica.

A relação entre o fato, acontecimento ou situação motivadora da notícia e uma realidade mais ampla foi explorada com intensidade semelhante pelas produções I e T, que destacaram algum elemento desta categoria em 93,3% e em 95% dos conteúdos, ao passo que a Produção O deixou de destacar a proporcionalidade dos conteúdos em 18,3% da produção. Nesta categoria é possível visualizar um conjunto de tendências entre as três produções. Em todas elas, por exemplo, o valor-notícia impacto/quantidade recebeu destaque numérico, aparecendo em 25% dos conteúdos das Produções O e T e em 30% dos conteúdos da produção impressa.

A extensão do fato, sub-categoria mais acionada pela Produção O (17 matérias, 28,3% do conteúdo), também recebeu significativo destaque nas demais produções. A grande utilização deste valor-notícia representa a comum inter-relação estabelecida entre conteúdos já levados ao conhecimento do público, demonstrando o emprego frequente de estímulos cognitivos positivos de fortalecimento (SPERBER; WILSON 2001), explorados até que deixem e sensibilizar a cognição e percam relevância. Assim como descrito por Rauen (2008), ao tratar da variável de saturação, esses estímulos que reforçam o que já se sabe, sem trazer novas informações, tenderão reforçar os conhecimentos prévios até um limite de saturação, para além do qual a repetição de conhecimento não gerará mais um interesse de processamento por parte da audiência

A utilização um pouco maior do valor-notícia representatividade na Produção T, em contraste com a baixa utilização das produções I e O demonstra o teor ilustrativo mais comum ao jornalismo televisivo, que em busca de reduzir o esforço do receptor exemplifica situações complexas através de casos representativos. A alta justificativa de proporcionalidade através da proeminência também marca a dependência e a intensa relação estabelecida entre empresas jornalísticas e fontes já influentes em sua área de atuação. Vale destacar que nestes conteúdos os atores proeminentes não atuam apenas como fontes, mas como a razão, ou uma das razões, que justificam a eleição do material para tornar-se notícia.

Por fim, esta categoria ainda apresenta um baixo uso dos valores-notícia intensidade e proximidade. Sobre a intensidade é possível afirmar, com base na experiência de realização das análises, que muitas situações em que o valor se mostrava cabível eram adaptadas para o

uso do valor impacto/quantidade. Os dados referentes a proximidade, por sua vez, revelam que o grau de vizinhança geográfica, cultural ou grupal não foi fortemente utilizada, de forma que as três produções destacaram pouca atenção para a forma como cada região ou como o país, como um todo característico, se relacionam com um fato ou acontecimento, o que é especialmente problemático em produções que pretendem atender todo o país, levando em consideração suas especificidades regionais.

#### 5.1.5 Interesse Humano

Diferente das demais categorias, a responsável por trazer distensão para as produções, através de conteúdos leves e que envolvam aspectos de apelo emocional, foi pouco acionada ao longo das produções. A Produção T, maior utilizadora da categoria, ressaltou esse aspecto em apenas 19 dos 60 conteúdos, gerando o equivalente a 31,6%. Este percentual é ainda menos expressivo nas outras produções, na *homepage* da Produção O e na capa da Produção I foram destaque em apenas 3,3% e 15% do conteúdo, refletindo uma possibilidade de distinção quanto à proposta editorial e quanto à percepção do tipo de destaque que deve ser dado a estes conteúdos.

As produções I e O também produzem conteúdos leves, emotivos e marcados pela distensão, mas em geral estas matérias não são destacadas na capa ou na *homepage*. Seus espaços de destaque, em geral, são ocupados por conteúdos mais compatíveis com a denominação *hard news* (TUCHMAN, 1978), que faz referência a conteúdos ditos mais sérios e mais condizentes com o interesse público como política, saúde, educação, segurança, infraestrutura pública, economia, por exemplo, e por isso considerados mais relevantes. Enquanto os conteúdos de interesse humano seriam enquadrados, em geral, na denominação *soft news*, como cultura, esporte e entretenimento, tomados como socialmente menos relevantes.

A percepção ampliada de relevância que este trabalho procura trazer, entretanto, sinaliza para a necessidade de melhor avaliar a relevância destas produções, em geral percebidas como de menor valor. Possivelmente passando a compreender alguma possibilidade de equilíbrio entre *hard* e *soft news* como uma necessidade de tensão e distensão cognitiva, que se reflete nas edições jornalísticas, e nos seus destaques, gerando um todo mais equilibrado e menos exaustivo para o receptor.

**Tabela 7 - Macro valor-notícia Interesse Humano**

<b>Comparativo - Quantitativo de valores-notícia por produção jornalística</b>			
<b>INT. HUMANO</b>	Produção O	Produção I	Produção T
<b>Drama/Tragédia</b>	1	5	8
<b>Curiosidade</b>	0	2	4
<b>Inusitado</b>	0	3	2
<b>Inversão</b>	0	0	0
<b>Problemas Crônicos de Saúde</b>	1	0	0
<b>Superação/Sucesso</b>	0	1	5
<b>Total de matéria em que a categoria pontuou</b>	2	9	19

Fonte: pesquisa empírica

Após apresentar os principais resultados extraídos do *ranking* de relevância ( $y_1$ ) gerado pelo Qualijor é necessário iniciar o processo de comparação propriamente dito, sem o qual não é possível afirmar a efetividade do fator experimental, nem testar a aplicabilidade das hipóteses.

Como já foi dito no capítulo anterior, a comparação, ou pós-teste, se apresentou como um desafio a parte para o experimento, uma vez que os experimentos mais comuns, vinculados a tradição de pesquisa das ciências naturais, costumam trabalhar com grandezas mais claramente quantificáveis do que a medida da sistematicidade e da capacidade de gerar dados adicionais pretendida por este trabalho. Vale reafirmar que a aplicação da Matriz de Relevância como fator experimental não objetivou gerar pontuações de relevância maiores ou menores, mas garantir uma avaliação capaz de gerar mais dados e de ser melhor aproveitada do ponto de vista da *accountability* de mídia e do estímulo à inteligência organizacional.

## **5.2 Comparação e Escala Nominal**

Mesmo não sendo tão claramente quantificável, foi necessário construir uma relação numérica em torno da sistematicidade da avaliação de relevância, uma vez que a intenção da realização do experimento é testar a capacidade de a Matriz de Relevância gerar *rankings* mais sistemáticos do que os resultantes de um processo avaliativo tradicional. Para dar conta de testar esta vantagem trazida pelo fator em experimento construímos uma escala nominal, que conforme explicado, é o nível mais simples de construção de medidas, no qual os

números servem para indicar o pertencimento ou não pertencimento de um fenômeno a uma classe (RUDIO, 1997, p. 90).

A escala nominal construída pretende estabelecer uma relação numérica entre os *rankings* de relevância ao sinalizar com o número 1 a capacidade de gerar determinado dado e com 0 a incapacidade de fazê-lo. Assim, os números 1 e 0 indicarão o pertencimento ou não pertencimento a determinado grupo e a soma dos indicadores representará quantas vezes um *ranking* respondeu positivamente a uma exigência.

Entre os itens que irão compor as exigências a serem cobradas, isto é, os itens esperados para uma avaliação de relevância mais sistemática estão a) a capacidade de hierarquizar conteúdos; b) a capacidade de hierarquizar conteúdos de edições distintas; c) a capacidade de informar graus de variação da relevância entre conteúdos; d) a capacidade de gerar padrões de alta, média e baixa relevância; e) a capacidade de armazenar os indicadores de relevância utilizados; f) a capacidade de levar ao reconhecimento de indicadores muito e pouco utilizados; g) capacidade de oferecer apoio à tomada decisões editoriais; h) a capacidade de esclarecer os indicadores de relevância utilizados; e i) capacidade de reforçar a percepção normativa dos valores-notícia como indicadores de qualidade do requisito relevância.

Antes de expor o resultado da comparação em questão é preciso justificar a escolha de cada um dos elementos a serem cobrados dos *rankings*, defendendo sua relação com uma avaliação de relevância mais sistemática. Tomando a sistematicidade em questão com a intenção de tornar as avaliações de relevância mais organizadas, quanto à sua medição; mais úteis à geração de dados necessária à gestão do conhecimento; e mais comprometidas com a *accountability* de mídia, os critérios a avaliar exigirão de ambos os *rankings* a correspondência a estas características.

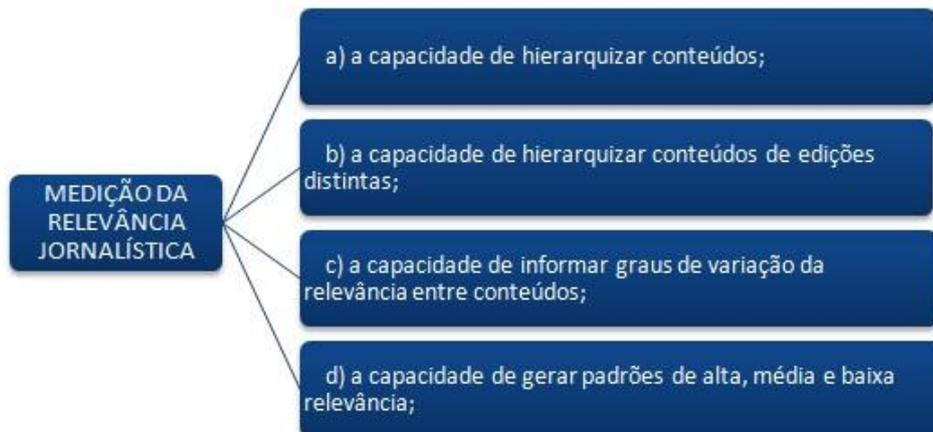
Para auxiliar a organização dos critérios de medição de relevância, a escala exigirá dos *rankings* a capacidade de hierarquizar conteúdos, tarefa elementar; e, a capacidade de hierarquizar conteúdos de edições distintas, competência útil para mapear a variação da relevância entre as edições, bem como, para avaliar o nível de relevância atingido em comparação com o de organizações concorrentes ou de referência. Ainda para gerar medições de relevância mais consistentes, a escala exigirá dos *rankings* a capacidade de informar graus de variação da relevância entre conteúdos, aptidão útil para saber o padrão de pontuação do conjunto de matérias, bem como para auxiliar o processo de tomada de decisões; e a

capacidade de gerar padrões de alta, média e baixa relevância, essenciais para compreender, mesmo que isoladamente, a conformidade ou não conformidade à medição de relevância

Para auxiliar à gestão do conhecimento todas as exigências são, em alguma medida úteis, uma vez qualquer uma das capacidades demandadas pode ser transformada em material para guiar processos mais inteligentes. Ainda assim exige-se para esta função as capacidades de armazenar os indicadores de relevância utilizados, de levar ao reconhecimento de indicadores muito e pouco utilizados e de auxiliar ao processo de tomada de decisões. Uma vez que as duas primeiras capacidades são por excelência formas de gerar dados, sem os quais não é possível gerir o conhecimento organizacional, e a terceira sinaliza para uma utilidade específica dos *rankings* na condução do processo de gestão do conhecimento.

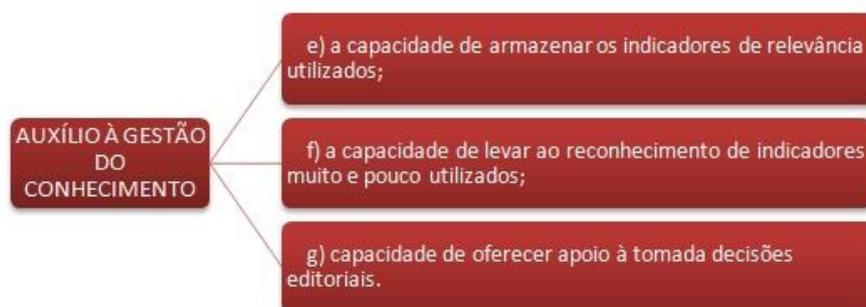
Assim como para auxiliar a gestão do conhecimento, para atender a pretensão por *accountability* de média, todas as exigências são úteis, visto que uma organização pode ser chamada a responder por diversos setores da sua produção ou pode utilizar qualquer uma das exigências para transparecer a produção internamente. Ainda assim, são especialmente úteis a capacidade de esclarecer e armazenar os indicadores de relevância utilizados, podendo expor os elementos que constituem a relevância dos seus conteúdos, e a capacidade de reforçar a percepção normativa dos valores-notícia como indicadores de qualidade do requisito relevância. Fornecendo assim, as bases para reivindicações sustentadas na exigência do cumprimento de normas.

As três representações a seguir pretendem ilustrar a relação entre as capacidades pretendidas e os elementos de sistematicidades listados. Mesmo diante desta divisão é importante reafirmar que o conjunto de capacidades pode atuar também no atendimento a outras pretensões, além daquela a que está diretamente relacionado.



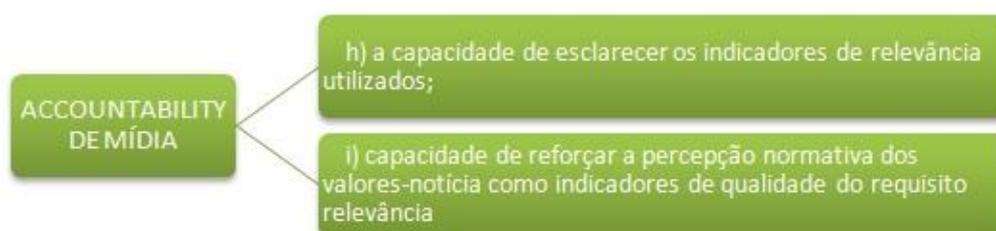
**Figura 20 - Capacidades úteis para organizar a medição de relevância**

Fonte: pesquisa empírica



**Figura 21 - Capacidades úteis para auxiliar a gestão do conhecimento**

Fonte: pesquisa empírica



**Figura 22 - Capacidades úteis para a reivindicação por *accountability***

Fonte: pesquisa empírica

A lista de capacidades defendida e representada, passará então a compor a escala nominal de potencialidades exigidas aos *rankings* de relevância a fim de apontar sua capacidade de sistematização. Conforme apontado, a correspondência a uma determinada capacidade receberá o índice 1, dando conta do pertencimento, e a não correspondência fará

com que o *ranking* receba o índice 0. A diferença entre o resultado dos índices, isto é, a soma da quantidade de vezes que os *rankings* atenderam a uma exigência de sistematicidade representará a diferença de sistematicidade entre as variáveis dependentes.

**Tabela 8 - Potencialidades requeridas para a sistematicidade de um *ranking* de relevância**

<b>POTENCIALIDADES EXTRAÍDAS DOS RANKINGS DE RELEVÂNCIA</b>		
<b>Elemento requerido</b>	<b>Ranking de Posição (<math>y_0</math>)</b>	<b>Ranking de Relevância (<math>y_1</math>)</b>
Capacidade de hierarquizar conteúdos	1	1
Capacidade de hierarquizar conteúdos de edições distintas	0	1
Capacidade de informar graus de variação da relevância entre conteúdos	0	1
Capacidade de gerar padrões de alta, média e baixa relevância	0	1
Capacidade de armazenar os indicadores de relevância utilizados	0	1
Capacidade de levar ao reconhecimento de indicadores muito e pouco utilizados	0	1
Capacidade de oferecer apoio à tomada de decisões editoriais	0	1
Capacidade de esclarecer os indicadores de relevância utilizados	0	1
Capacidade de reforçar a percepção normativa dos valores-notícia como indicadores de qualidade do requisito relevância.	0	1
<b>SOMATÓRIO</b>	<b>1</b>	<b>9</b>

Fonte: pesquisa empírica

De todas as potencialidades requeridas, apenas a capacidade de hierarquizar conteúdos foi visualizada no *ranking* gerado pela avaliação tradicional de relevância. Estimamos que alguns dos requisitos sejam parcialmente atendidos, no momento da produção e de forma tácita, fazendo com que os jornalistas e editores tenham certo domínio sobre a hierarquia de

conteúdos em edições distintas, prioritariamente as mais próximas; que consigam intuir variações de relevância entre conteúdos; e ainda que dominem os indicadores de relevância utilizados.

Por mais que tais saberes sejam essenciais, sua constante manipulação tácita faz com que eles tenham dificuldade para transitar, tanto na dimensão ontológica, da instância individual, no qual é criado, para uma instância coletiva; quanto na dimensão epistemológica; do tácito para o explícito. A condição destes saberes limitada ao indivíduo e aos seus ambientes de conhecimentos tácitos limita também seu aproveitamento e sua capacidade de gerar organização, transparência e dados processuais.

Diferente do resultado obtido pelo *ranking* de posição, o *ranking* de relevância não só atende a todas as exigências, mas o faz de forma externalizada, apresentado-as como recursos disponíveis aos mais diversos fins e aos mais diversos atores, uma vez que continua disponível para ilimitadas retomadas. Por atender aos nove requisitos exigidos, o *ranking* gerado pela Matriz de Relevância do Qualijor se mostra mais organizado quanto a medição de relevância, mais útil à gestão do conhecimento organizacional e mais compatível com as demandas por *accountability* de mídia, podendo, por isso, ser classificado como mais sistemático.

Considerando que a avaliação parte da externalização dos valores-notícia e que o funcionamento da matriz se baseia na organização e na contabilização dos dados oriundos desta externalização, parece correto confirmar a veracidade das três hipóteses propostas no capítulo anterior. A primeira, ao supor que a externalização da variável independente (x) torna a medição da relevância mais precisa e mais passível de comparações é confirmada pela sofisticação das capacidades de medir a relevância. Que inclui não só a capacidade de hierarquizar os conteúdos (item a), mas também a capacidade de proceder essa hierarquização entre edições distintas (item b), de informar o grau de variação de relevância fato (item c) e de gerar padrões de alta, média e baixa relevância (idem d). O que permite comparar a relevância não só tendo como norte outras matérias, mas também considerando obrigações medianas que não podem ser negligenciadas.

A maior precisão da variável dependente (y) e sua disponibilidade para comparações se soma ainda com os esclarecimentos do primeiro capítulo sobre a natureza da relevância e suas implicações a propósito da relevância jornalística. Assim, as capacidades de medição de relevância devem ainda ser alvo de questionamentos sobre sua relação com os *inputs* da comunicação jornalística, sobre o contexto cognitivo de produção, sobre o indivíduo a quem a

informação é destinada e sobre os esforços requeridos, além de outros aspectos que serão melhor trabalhados a seguir.

A respeito da segunda hipótese, que deseja testar se o armazenamento da variável independente (x) após externalização possibilita a gestão do conhecimento e estimula a inteligência organizacional, a comprovação tem sido trabalhada ao longo do capítulo, que de maneira geral serviu ao propósito de expor e analisar alguns dados gerados e que não só não encontram correspondência no tipo de *ranking* tradicional, mas também trazem informações precisas e diversas sobre o tipo o produto jornalístico resultante e sobre aspectos do processo de produção que o originou.

Esta hipótese é comprovada não só pelas demonstradas capacidades de organizar, armazenar e retomar dados sobre os indicadores, mas ainda pelas conclusões que a posse destes dados proporcionou ao longo do texto, parecendo indicar que conclusões semelhantes ao longo do processo de produção poderiam atuar como uma importante fonte de apoio à tomada de decisões organizacionais. Tornando tais decisões ainda mais precisas e as rotinas mais inteligentes graças a sua capacidade de aproveitar como recurso as informações inevitavelmente processadas durante a rotina produtiva.

A comprovação da terceira hipótese, isto é, da utilidade da externalização e do armazenamento da variável dependente para auxiliar a *accountability* de mídia vem através dos itens h) e i). Nesta ordem, eles dão conta da capacidade de esclarecer os indicadores utilizados para afirmar a relevância, possibilitando transparência para as produções, e do reforço à percepção normativa. É importante retomar, conforme McQuail (2003), que alcançar *accountability* de mídia depende tanto da capacidade de responder e de responsabilizar-se quanto da aptidão para definir claramente os critérios a serem cobrados.

A afirmação das três hipóteses é enriquecida ainda pela resposta positiva à pergunta realizada sobre o problema de pesquisa. O experimento, proposto no capítulo anterior e descrito neste, mostrou através dos seus resultados, que a metodologia de avaliação e o software que a implementa são de fato capazes de gerar avaliações mais sistemáticas do que as tradicionais.

A efetividade da metodologia e do software foi reforçada ainda pelo nível de concordância entre as avaliações, demonstrando que o software é capaz de gerar avaliações condizentes com as avaliações de grandes empresas jornalísticas e que os valores-notícia utilizados e os pesos atribuídos para as categorias e subcategorias (macro valores e valores-notícia) são compatíveis com a realidade organizacional. Longe de pretender resultados

diversos ou de desqualificar a avaliação tradicional, os resultados semelhantes são vistos como um indício da qualidade do fator experimental proposto, uma vez que ele atinge resultados semelhantes, mas se diferencia por extrair uma grande quantidade de dados durante o processo avaliativo.

Em outra dimensão, a utilização dos resultados é ainda válida para avaliar os procedimentos realizados pelas organizações, sendo capaz de identificar padrões e comparar resultados. Neste caso, as análises demonstraram que os resultados das organizações avaliadas são satisfatórios quando comparados com os resultados obtidos através da matriz, além de que os resultados das organizações individualmente também são positivos dada a compatibilidade com os resultados das outras produções avaliadas.

É importante frisar que este conjunto de resultados está necessariamente atrelado aos conteúdos publicados pelos jornais, não conseguindo avançar para temas e assuntos potenciais. ou seja, conteúdos que poderiam ter sido trabalhados, mas que não foram alvo de cobertura. Em outros termos, os dados levantados limitam as análises aos dados processados pela Agenda Midiática, sem atingir conteúdos de outras agendas.

Os dados permitem afirmar a qualidade dos conteúdos quanto a relevância, dado o alto grau de concordância que obtiveram quando comparados à avaliação sistemática da Matriz, mas não permitem identificar outras temáticas ou afirmar se estes conteúdos são os mais relevantes em relação ao conjunto de informações disponíveis na sociedade. Para ir além das temáticas já trabalhadas pela imprensa, a análise precisaria abranger o segundo eixo de relevância da Matriz, no qual o levantamento prévio do contexto em torno do tema permitiria alcançar os discursos de outras agendas, como a Agenda Política e a Agenda Pública.

Através deste mapeamento mais amplo seria possível checar que pontos da Agenda midiática correspondem a pontos de outras agendas e que aspectos das outras agendas não são discutidos através da mídia. Assim, seria possível não só questionar, por exemplo, se a primeira matéria do *ranking* é a mais relevante do dia, mas também se as matérias mais relevantes do dia têm explorado os aspectos mais relevantes em torno do fato e se consideram amplamente as demandas das demais agendas.

Ainda que as disponibilidades e as potencialidades de uma ferramenta sejam melhor visualizadas aplicando-a ao ambiente real de trabalho, a realização de testes iniciais, como este, já pode auxiliar na compreensão da ferramenta e no seu desenvolvimento. Não é possível indicar que mudanças a utilização da Matriz de Relevância do Qualijor poderá gerar em uma

organização, mas é possível apontar, a partir das características do produto, estímulos possivelmente acarretados pelo seu uso.

Neste sentido, no capítulo de conclusão, será apontado um conjunto de estímulos que se ligam aos capítulos iniciais desta dissertação, uma vez que exploram a relação possivelmente acarretada entre o uso do Qualijor e a necessidade de fortalecer a compreensão normativa da relevância jornalística; de buscar reforçar a *accountability* de mídia; e de gerir os conhecimentos decorrentes do processo de produção, percebendo-os como uma riqueza que não pode ser desperdiçada.

## CONCLUSÕES

Entre a percepção da relevância como um requisito necessário ao bom jornalismo e a apresentação de uma ferramenta capaz de auxiliar a avaliação desta relevância existem muitas etapas. Nenhuma pesquisa dedicada a criar, testar ou aperfeiçoar uma ferramenta pode ser desenvolvida sem uma prévia consolidação dos saberes que constituirão o experimento nas dimensões básica e aplicada. O contato com estes outros tipos de pesquisa, entretanto, não se limita ao momento de desenvolvimento da ferramenta, mas continua durante o período de teste e durante a sua efetiva aplicação.

A necessidade de aproximar as perspectivas experimental, básica e aplicada se justifica pela pretensão de construir rotinas que não separem o conhecimento teórico do conhecimento prático, mas compreendam-no como um todo indissociável. Os resultados decorrentes de uma pesquisa de desenvolvimento experimental, isto posto, precisam continuar dialogando com as reflexões sobre o conhecimento em si e com as reflexões sobre a prática, não só para pensar na qualidade do instrumento diante das necessidades teóricas, mas também para refletir sobre a teoria a partir de um conjunto de resultados práticos.

Na pesquisa de desenvolvimento experimental em curso, três conjuntos de saberes foram especialmente necessários para a constituição da ferramenta, neste momento, após realização do teste da estrutura, é necessário retomá-los e utilizá-los para avaliar as disponibilidades entregues pela ferramenta. Indo além do interesse de comprovar uma capacidade de tornar as avaliações de relevância mais sistemáticas, esta seção deseja utilizar a sistematização gerada para refletir sobre sua relação com a relevância jornalística, com a reivindicação por *accountability* de mídia e com o interesse de gerir o conhecimento produzido pela organização jornalística.

Os capítulos 2 e 3, ao reivindicar qualidade e *accountability* de mídia e ao expor a necessidade de gerir o conhecimento organizacional, apresentam conhecimentos previamente desenvolvidos e que foram utilizados para constituir estruturalmente a ferramenta. Também no capítulo 1, outros saberes previamente amadurecidos são utilizados para o mesmo fim, a exemplo da definição de valores-notícia como idealizações do espectador real ou a própria lista de valores-notícia que são oferecidos ao pesquisador no eixo formal da Matriz de Relevância.

Diferente destas utilizações, em parte do capítulo 1 não são expostos conhecimentos já desenvolvidos, mas arrisca-se uma aproximação entre literaturas distintas para elaborar implicações iniciais sobre a relevância jornalística. Os saberes desenvolvidos não fazem parte,

neste momento, da estrutura da Matriz de Relevância, mas são úteis para ampliar a leitura dos resultados alcançados e para pensar em possibilidades de enriquecimento da estrutura da ferramenta.

A finalização desta dissertação será marcada, dessa forma, pela retomada e pelo aprofundamento de relações já mencionadas entre os resultados obtidos através da experimentação do Qualijor e os saberes relativos à relevância jornalística; à literatura de *accountability* de mídia mencionada; e aos conhecimentos de gestão do conhecimento organizacional.

### **Relevância Jornalística**

O primeiro grande desafio relativo à relevância jornalística com o qual procuramos lidar diz respeito a falta de noções claras sobre o que ela é e como pode ser alcançada. No sentido de o que fazer para alcançá-la, apontamos os valores-notícia como indicadores da relevância, uma vez que é através deles que os jornalistas idealizam o que atenderia às expectativas de relevância da audiência.

Ao apresentar os valores-notícia como os indicadores da relevância e listar, com o auxílio da literatura da área, um grupo de 37 valores-notícia divididos em cinco categorias, é oferecida uma estrutura para avaliações de relevância baseadas em um processo claro (quanto mais valores-notícia forem acionados em um conteúdo e quanto mais intenso eles forem, maior será a relevância). A relação direta entre valores-notícia e nível de relevância e a avaliação que se baseia no reconhecimento de valores pré-definidos são a base para uma relação diferente entre jornalista e relevância.

A partir da Matriz de Relevância, os valores-notícia não são tratados apenas de maneira tácita, íntima e facilmente socializável, mas são também externalizados e disponibilizados para combinações e internalizações, possibilitando a transição entre as quatro formas de conversão do conhecimento (TAKEUCHI; NONAKA, 2008). A importância desta transição será retomada a seguir, por hora é válido indicar que esta externalização é crucial para aprofundar as vantagens para a medição da relevância, para o teste da ferramenta e para pensar a composição dos requisitos.

Graças à externalização e ao estabelecimento de pesos, como destacado no capítulo anterior, a medição de relevância realizada através da Matriz torna-se capaz de ir além do estabelecimento de *rankings* gerando pontuações precisas, capazes de perceber sutis variações de relevância e de comparar edições numa perspectiva mais ampla, incluindo graus de

relevância e padrões de aceitabilidade tanto de conteúdos de edições diferentes quanto de produções distintas.

Quando reunidos, os resultados individuais de cada matéria analisada permitem alcançar uma percepção mais global das avaliações de relevância realizadas, conectando a observação do produto jornalístico a aspectos do processo de produção. A princípio, através das comparações entre os resultados alcançados com o auxílio da Matriz e os resultados decorrentes das avaliações cotidianas dos jornais analisados foi possível aferir, a partir da semelhança dos seus resultados, a familiaridade dos critérios utilizados.

As altas taxas de concordâncias obtidas para os três veículos analisados durante o experimento garante a competência avaliativa da ferramenta em teste, uma vez que ela é capaz de gerar resultados semelhante aos resultados de grandes veículos jornalísticos, e ainda apresenta como vantagem um conjunto de capacidades adicionais. Através dessas possibilidades suplementares, como a de contabilizar os tipos de valores-notícia ou as faixas de relevância, pesquisadores e produtores de informações jornalísticas podem compreender através de uma perspectiva mais ampliada as avaliações que vêm sendo realizadas.

Assim, os conteúdos teóricos prévios não só geram a base para a construção da ferramenta, mas, após a efetivação e teste com resultado positivo, também permitem refletir sobre a própria efetividade do conhecimento teórico e da sua aplicação corriqueira. A definição dos valores-notícia como idealizações da expectativa de relevância da audiência, por exemplo, é essencial para a construção da ferramenta, que depois de ser efetivada se torna útil para discutir a validade teórica e prática do saber que a constituiu, questionando através dos resultados se a definição é válida e se os valores-notícia atuam de maneira prática como guias na busca por relevância.

A frequência com que os valores-notícia são acionados, por sua vez, permitem não só visualizar se a listagem se aplica, mas questionar sua proporção, seu significado e sua contribuição com o objetivo de alcançar relevância. Diante de resultados numéricos (como os que afirmam que os valores Poder Executivo, Legislativo e Judiciário costumam obter mais espaço nas edições do que os valores Direitos Individuais, Sociais e Políticos Partidários) é possível questionar, por exemplo, porque determinado valor recebe mais ou menos espaço. Se a preferência for específica de um veículo a explicação pode surgir da compreensão da sua proposta editorial, mas se a preferência for repetida em outros veículos seria possível diagnosticar um elemento caracterizador de um conjunto de veículos, que de maneira ainda mais urgente precisaria receber questionamentos.

Quando uma definição mais ampla de relevância jornalística é acionada, os dados passam a motivar ainda mais pontos de discussão. Ao substituir a concepção superficial de relevância (como a propriedade do que é importante ou interessante) por uma noção mais complexa que define relevância jornalística como uma propriedade dos fatos potencialmente jornalísticos, de gerar efeitos nos contextos cognitivos da audiência, sem desconsiderar os gastos energéticos que a produção e a recepção deste efeito podem demandar, os dados permitiriam alcançar ainda mais informações a serem transformadas em conhecimento.

É importe frisar, dessa forma, o ganho teórico trazido pelo trabalho no sentido de definir a relevância jornalística e de explorar os elementos a ela relacionada. A sistematização desenvolvida constitui-se como um saber básico original e inovador, além de ser um recurso provocador de novas reflexões buscando atrelar o saber básico às dimensões práticas e experimentais de constituição do conhecimento.

Assim, ao conceber amplamente a relevância, além de dar conta dos valores-notícia mais ou menos numerosos, o pesquisador poderia utilizar a Matriz de Relevância para questionar os tipos de fatos que carregam tais valores e para comparar o contexto cognitivo que os jornais acreditam caracterizar o seu público e o contexto efetivamente sinalizado através dos valores-notícia utilizados. Ainda seria possível, diante do reconhecimento da intenção de gerar efeitos, questionar o tipo de efeitos que se espera gerar e se tais efeitos estão alinhados com pretensões públicas e populares descritas em documentos públicos ou levantadas através de pesquisas de opinião.

Conhecimentos como as da variável da exaustão e da saturação (RAUEN, 2008) poderiam ajudar a determinar, com antecedência e auxílio informacional, se uma determinada edição está equilibrada quanto ao esforço que requer, tanto na sua produção quanto em sua recepção, e a compreender como os jornalistas estimam o período de decaimento médio de interesse por determinados conteúdos. Em termos mais precisos, a variável da exaustão poderia ajudar a compreender um nível ótimo entre a tensão e a distensão provocada pelas matérias que compõem uma edição e a determinar margens aceitáveis de aumento do efeito e de redução do esforço.

A variável da saturação, por sua vez, poderia auxiliar a compreensão de conteúdos que, após seu acontecimento, permanecem muito tempo nos noticiários em comparação a outros que permanecem durante pouco. O limite de saturação, atrelado a relevância manifesta inicialmente por um conteúdo, pode ajudar a compor um nível de decaimento de interesse esperado para uma notícia, ajudando a conhecer antecipadamente a probabilidade de duração

e de espaço dedicado ao longo de edições para temáticas especialmente relevantes e amplas. A visualização de uma margem temporal alongada para tratar de um assunto poderia ainda incentivar apurações mais longas, cuidadosas e com um apelo temporal mais amplo.

De maneira geral, a percepção de que a relevância é uma grandeza ampla, composta por muitas partes faz com que a busca por esta relevância esteja atenta a uma variedade de elementos que poderiam ser ignorados. A percepção da relevância elaborada neste trabalho chama atenção para uma composição que não considera apenas valores-notícia e fatos, mas além deles aponta para o conhecimento dos contextos cognitivos da audiência, para os efeitos e esforços possíveis, para a realidade destes contextos e para a possibilidade de perder relevância pela repetição ou pela exaustão.

Este conjunto amplo de elementos aponta para variados aspectos que compõem a relevância e sinaliza para uma série de estruturas que poderiam ser inclusas para complementar e complexificar a noção de relevância utilizada na Matriz de Relevância. São exemplos destas estruturas os perfis da audiência, os elementos de reconhecimento do esforço jornalístico, os índices de decaimento do interesse por conteúdos e de equilíbrio entre conteúdos tensos e distensos por edição.

A soma destes recursos aos já dispostos na Matriz de Relevância tenderia a gerar avaliações ainda mais detalhadas e a trazer mais transparência para os procedimentos direta e indiretamente envolvidos na relevância, enriquecendo também a disponibilidade de dados. Esperando ter esclarecido a relação cíclica entre a vantagem de basear as avaliações em conhecimentos teóricos e de utilizar os resultados para repensar e enriquecer a teoria, o trabalho passará a explorar as relações entre a ferramenta e a pretensão por qualidade e *accountability* de mídia.

### ***Accountability* de mídia**

Considerando a demanda por *accountability* de mídia, os dados gerados pela Matriz de Relevância já são úteis para dar conta dos critérios de seleção que nortearam a construção da cobertura, tornando o exercício mais transparente e mais disponível para responder e responsabilizar-se pelos produtos e processos. Além disso, concebendo *accountability* como o processo de reivindicação baseada em expectativas e no apelo a normas (McQuail, 2014), a Matriz também atua reforçando a fundamentação normativa da relevância e os indicadores necessário para que ela seja alcançada.

A matriz reforça seu potencial de ferramenta de *accountability* ao atender prontamente às características destes meios definidas por McQuail (20012). Isto é, por justificar e esclarecer os requisitos de avaliação; considerar questões externas, além da dinâmica própria da prática; adotar métodos sistemáticos de recorte, análise e interpretação; estar focado nos conteúdos, produtos e na qualidade geral do serviço e; estimular formas alternativas de atuação da mídia.

Os mesmos dados citados anteriormente como úteis para esclarecer as medições de relevância são úteis também para questionar o cumprimento das responsabilidades assumidas pelo jornalismo e pelas organizações jornalísticas. Observando a exposição dos valores-notícia reforçados na produção, por exemplo, é possível questionar a produção jornalística sobre a utilização intensa de uma sub-categoria em detrimento de outra, interrogando se em ambas as situações o excesso ou a ausência de um valor comprometem a execução adequada da prática.

A possibilidade de armazenar e retomar os dados processados em várias etapas do processo de produção, por sua vez, torna possível à organização responder pelo processo de produção e pelas decisões tomadas, indicando, inclusive, o registro e o motivo das escolhas. O conjunto de informações, processadas com facilidade e rapidez pela ferramenta, portanto, traz tanto a possibilidade de transparência interna, quanto externa, uma vez que o veículo noticioso e seu público podem conhecer a essência da produção e a partir dela repensar ações.

A capacidade de esclarecer os indicadores de relevância utilizados, atendendo a cobrança por responsabilidade e transparência só faz sentido após um reforço normativo que indique quais são as obrigações diante das quais a mídia deve ser *accountable*. Neste sentido, a já citada externalização funciona também como um apoio ao esclarecimento das exigências e procedimentos.

A exposição clara exigida pela Matriz proporciona um novo contato com a norma, que deixa de ser uma orientação teórica distante para transformar-se em um elemento específico de guia. Os jornalistas passam a ser cobrados diretamente pelo atendimento ao requisito relevância cuja pontuação será maior ou menor a partir dos valores-notícia sinalizados.

Assim, durante o processo de produção, um jornalista que utiliza a Matriz como auxílio à avaliação de relevância, e que deseja que o conteúdo trabalhado alcance o maior destaque possível na edição, tentará conectar mais valores-notícia ou valores-notícia de pontuações maiores para gerar mais relevância e com isso mais qualidade para o produto do seu trabalho. Como os maiores pesos concedidos aos valores-notícia tendem justamente a

estimular melhores práticas, a busca por uma pontuação de destaque seria também a busca por reforçar elementos mais qualificados. As conexões precisam ainda ser sólidas, uma vez que o conteúdo é avaliado por mais de um profissional, o que reforça ainda mais a necessária compreensão e utilização consciente da norma.

A externalização dos saberes processados pelos jornalistas, combinada ainda a outros saberes de ordem teórica expõem de maneira clara o caminho necessário para alcançar uma alta relevância. Guiados, portanto, pelo desejo de alcançar destaque para suas produções, espera-se que os jornalistas ainda internalizem e tornem a externalizar os saberes que a Matriz propõem para a avaliação da relevância. A possibilidade de externalizar, combinar, internalizar e socializar os saberes aproxima a utilização da Matriz de Relevância do esperado trato cíclico do conhecimento (TAKEUCHI; NONAKA, 2008), ideal para que ainda novos conhecimentos possam ser gerados.

A vantagem trazidas por este trato cíclico do conhecimento e pelas expectativas da *accountability* de mídia, é a possibilidade mapear e melhorar qualquer uma das etapas processadas, graças a transparência e a clareza dos objetivos, tornando o processamento informacional constantemente aberto a avaliações, questionamentos e melhoramentos.

Alguns melhoramentos seriam simples, podendo ser originados, por exemplo, quando um jornalista percebe a possibilidade de potencializar a relevância de um conteúdo através de uma narrativa que centralize indicadores de relevância ao invés de deixá-los ocupando uma posição secundária. Outras modificações, por sua vez, estão necessariamente ligadas a alteração de processos e, por isso, demandam mais tempo e recursos.

Assim, as modificações orientadas por um desejo de uma mídia mais *accountable*, que inclui a observação sistemática da organização jornalística e das suas produções e o estímulo a uma reflexão normativa atrelada a qualquer ação de cobrança, devem ainda ser processadas à luz dos objetivos organizacionais, que unirão o "dever ser" exigido pelas normas ao "ser possível" orientado pelas questões organizacionais.

Os valores-notícia já refletem os objetivos do jornalismo enquanto instituição social em cada categoria e subcategoria, mas também podem ser utilizados para alcançar objetivos das organizações jornalísticas. Em uma dimensão empresarial, por exemplo, a qualidade diagnosticada pela correspondência aos valores, pode ser transformada em vantagem competitiva aos serem divulgados ao público como indicador de qualidade e credibilidade. De acordo com Meyer (2007), vale lembrar, a influência proporcionada pela credibilidade é o

verdadeiro negócio do jornalismo, uma vez que é responsável por atrair e fixar públicos e anunciantes.

### **Gestão do conhecimento organizacional**

As vantagens da utilização da Matriz para a gestão do conhecimento organizacional também se desdobram da externalização do conhecimento. Este processo de exposição de saberes até então tácitos é especialmente útil para a gestão do conhecimento pois é ele que possibilita a visualização de uma outra dimensão para a informação processada. Além das informações transmitidas à audiência através das notícias, a externalização e a manipulação dos dados externalizados permite perceber que também há valor em informações retiradas dos dados de processamento.

A partir da externalização, o processo de produção jornalística ganha uma outra dimensão de valor. Se antes ele poderia ser visto apenas como o caminho necessário para atingir o produto notícia, que possui valor social e mercadológico, após externalização o próprio processamento passa a ser valorizado como diferencial estratégico e como gerador de informações úteis para enriquecer todo o processo de produção, podendo torná-lo mais inteligente.

O processo de produção jornalística tradicionalmente utilizado para avaliar a relevância dos conteúdos é, entre outras coisas, bem sucedido no estabelecimento de *rankings* e no trato com as pressões diárias da organização, mas deixa a desejar na transformação destes processamentos em fontes adicionais de vantagens organizacionais. É interessante ressaltar que demanda por qualidade não observa apenas os produtos, mas preocupa-se também com o processo de produção.

Ao observar o trânsito da informação no fluxo produtivo da organização jornalística é possível visualizar alguns pontos em que conhecimentos úteis não são aproveitados. No processo de produção jornalística, por exemplo, a informação passa, geralmente, por três profissionais, que mesmo atuando na produção de um mesmo conteúdo não conseguem compartilhar densamente os saberes que utilizam.

Primeiro profissional a trabalhar a informação, o pauteiro pré-seleciona acontecimentos que podem ser transformados em notícia e em seguida levanta informações que são consolidadas em um documento, denominado pauta, que serve para orientar o trabalho do repórter indicando um encaminhamento e apresentando minimamente o fato a ser apurado e enriquecido. O repórter, profissional seguinte, é responsável por apurar a veracidade e a

relevância do fato, recorrendo a fontes, observação ou documentos, entre outros. Como resultado do seu trabalho, o repórter compõem a matéria jornalística. Esta é enviada para o terceiro profissional, o editor, que deve não só checar a qualidade do texto e da apuração, mas também hierarquizar o conteúdo na edição completa, além de adequá-lo, se necessário, a linha editorial do veículo.

O conjunto de procedimentos tácitos utilizados e a falta de contato entre os profissionais, que se aproximam não do procedimento anterior, mas do resultado da sua produção (a pauta e a reportagem), contribuem para que cada tarefa fique ilhada. Sendo assim, as fases do processo se distanciam, perdendo potencialidades encontradas na instância do trabalho coletivo. Intenções do pauteiro e do repórter, por exemplo, podem ser perdidas na edição, uma vez que o trabalho é individualizado.

No fluxo produtivo da Matriz de Relevância, através da marcação dos valores-notícia em cada uma das fases de produção, a relação se modifica, pois os jornalistas expõem tanto o critério que utilizaram quanto os aspectos que acreditam que devem ser destacados. Durante a construção de uma pauta, por exemplo, o pauteiro indica ao repórter que valores acredita que são centrais e que valores são secundários. Na sua avaliação, o repórter visualiza a perspectiva do pauteiro e pode reforçá-la ou alterá-la e o mesmo acontece com o editor.

Ao fazer com que a informação antes trabalhada individualmente possa ser acessada por todos os envolvidos na produção do material ou ainda por outros jornalistas, interessados em conhecer os critérios de escolha do colega, por exemplo, os saberes transitam em um nível ontológico de individual, para organizacional. Quando expõem escolhas, antes limitadas ao seu próprio raciocínio, o jornalista ainda permite a transição do conhecimento em nível epistemológico, de tácito para explícito, em um processo de externalização (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

O conjunto de saberes tornados explícitos gera dados que são facilmente acessados e armazenados graças ao auxílio de tecnológico da Matriz de Relevância. Como destacado no terceiro capítulo, a função destas tecnologias da informação é essencialmente auxiliar o processamento das informações, não devendo ser vistas como solução para problemas de gestão, mas como potencializadoras da inteligência humana e como estímulo a rotinas mais inteligentes.

As rotinas inteligentes, em questão, são alcançadas quando dados existentes, mas até então negligenciados passam não só a ser disponibilizados, mas também a ser utilizados pelo conjunto de profissionais para potencializar a compreensão de aspectos positivos e negativos

da organização e para orientar suas produções. Ao aumentar o seu “*know-how*”, isto é, ao melhor conhecer detalhadamente a forma como age para alcançar seus objetivos, a organização passa a contar com um auxílio informacional útil para orientar ações que potencializem as vantagens e minimizem os riscos.

Desta forma a ação necessária para alcançar o objetivo prático de produzir notícias se torna também a fonte de orientações organizacionais, capaz de oferecer apoio a tomada de decisões. Considerando a necessidade organizacional de aumentar sua eficácia sempre ao menor custo, é importante frisar que esta abordagem se baseia na potencialização da ação organizacional a partir de recursos que já são próprios da organização, isto é, os recursos base destas transformações são os recursos imateriais, e sem custo, de conhecimento do próprio desempenho.

Mesmo não sendo a responsável pela melhora do processo de gestão, a tecnologia pode receber o mérito de estimular produções participativas e interativas, fazendo com que a ligação mais intensa e orientada entre os recursos humanos (jornalistas) possa estimular a geração de conhecimento e a gestão inteligente, baseada em discussões e em informações disponíveis. Além da vantagem organizacional referente a geração de dados e auxílio a decisão, a Matriz e a sua comprovação dos processos pode ser ainda uma vantagem organizacional graças a sua capacidade de comprovar elementos de valorização do jornalismo.

Diferente da realidade da maior parte dos veículos jornalísticos que reivindicam sua qualidade a partir da auto-afirmação da relevância dos seus conteúdos, ou da sua veracidade, pluralidade e diversidade. O uso do Qualijor permitiria não só comprovar sua qualidade com base em compromissos e dados do seu processo de produção, mas também cobrar e fiscalizar a qualidade de organizações jornalísticas concorrentes.

### **Encerramentos e continuidades**

Num sentido amplo, as vantagens da utilização da Matriz de Relevância e do Qualijor para a organização e para a instituição jornalística estão diretamente relacionados a verificada capacidade de estimular a externalização de conhecimento, gerando, por sua vez, uma melhora da capacidade de medir relevância, um processamento mais densamente vinculado a normas, um trato transparente da informação e uma capacidade de gerar dados úteis para incitar rotinas mais inteligentes. Em conjunto, essas modificações pretendem estimular um jornalismo mais qualificado e disponível à avaliação e reavaliação.

A respeito da externalização, a ferramenta apresentou facilidade para extrair do texto decomposto os critérios de valorização da notícia. No momento da sua utilização pelo jornalista, durante o fluxo de produção, espera-se ainda mais facilidade, uma vez que enquanto os fatos ocorrem todos os elementos de noticiabilidade estão ainda mais evidentes.

Ao expor os critérios utilizados e ter ao seu acesso os julgamentos feitos por outros colegas, a ferramenta reforça a aprendizagem dos procedimentos técnicos interligando-os a dimensão comparativa, pela possibilidade de checar, via nota e via apreciação, seu trabalho e o trabalho de outros colegas. A aprendizagem ainda é reforçada pelo estímulo a uma relação mais clara com os indicadores, uma vez que eles representam um acúmulo de conhecimento adquirido na literatura da área.

Se a interligação presente na comparação do próprio trabalho com o do colega pode ser negligenciada pelo jornalista, não é possível negligenciar a ação dos outros jornalistas envolvidos no fluxo de produção da notícia em que se trabalha. Como cada profissional envolvido fará uma classificação de relevância para o material, ele precisará entrar em contato com o julgamento de outro, além de concordar ou discordar dele.

Há, na ferramenta, portanto, um estímulo à aproximação dos profissionais em torno das suas classificações, de forma que novas atitudes e novos procedimentos podem ser estimulados. Gerando desde discussões coletivas, até o esforço individual para compreender as classificações dos demais, o compartilhamento de critérios, a comunicação de possibilidades e o estímulo a ambientes mais colaborativos e cooperativos.

O conjunto de vantagens trazidos pelo Qualijor para o processo de avaliação de relevância pode ainda ser acrescido pela definição de relevância jornalística cuja amplitude aponta para elementos que deveriam ser enriquecidos na estrutura da Matriz de Relevância. Não há na ferramenta, por exemplo, espaços destinados à compreensão da audiência e ao reconhecimento do esforço realizado pelo jornalista, bem como não há uma proposta de valorização dos conteúdos enquadrados como *soft news* ou, seguindo a terminologia estabelecida, notícias que garantem sua relevância em estados de distensão.

A definição elaborada evidencia que a busca por relevância jornalística nunca pode ignorar a audiência, uma vez que é nela que o jornalista busca despertar efeitos cognitivos positivos. No atual estado de desenvolvimento, a Matriz de Relevância conta com valores-notícia que ajudam a supor o ambiente cognitivo do receptor, mas a existência de uma estrutura que armazenasse diretamente saberes recolhidos sobre os gostos, expectativas e

necessidades da audiência poderia potencializar a relevância deixando para trás possíveis erros das organizações jornalísticas a respeito do que desperta relevância no seu público.

O conceito gerado ainda permite compreender que o despertar de relevância pode ser reduzido pela necessidade de esforço. Assim, a possibilidade de identificar conteúdos e situações que demandam maior esforço do jornalista seria um recurso válido para a Matriz de Relevância, uma vez que através dele a relevância seria processada não em um nível classificatório, mas em um nível comparativo, mais complexo e mais compatível com as avaliações realizadas pelos veículos, que consideram não só a geração de efeitos, mas também a redução de esforços.

Ainda seria válido para a estrutura da Matriz de Relevância repensar, a luz da compreensão de que a cognição precisa alternar estados de tensão e distensão, a valorização secundária dada aos conteúdos que garantem a sua relevância através do interesse humano. Esta indicação não objetiva igualar a proporção de conteúdos tensos e distensos, mas propor um olhar sério, crítico e estratégico para estes conteúdos, que devem ser vistos como parte constituinte de uma edição equilibrada e não como um jornalismo inferior.

Mesmo sendo provocada a expandir sua estrutura e ainda estando em período de teste, a ferramenta já se mostra qualificada para auxiliar, a partir das pretensões apresentadas ao longo do trabalho, um estado de constante melhoramento dos saberes e procedimentos institucionais e organizacionais. A Matriz de Relevância, bem como o Qualijor, neste sentido, também se apresenta como um recurso que mesmo estando em via e finalização está sempre aberto a acréscimos e aperfeiçoamentos.

A adoção desta perspectiva constantemente móvel, nunca final e conclusiva tanto para a estrutura do Qualijor quanto para o trato com os saberes da organização e da instituição jornalística procura fundamento da própria concepção do conhecimento. Assim, a ferramenta se apresenta como hábil para alcançar produções mais qualificadas, mas ainda mais hábil para auxiliar na constante reavaliação e revalidação do que é necessário para alcançar uma qualidade jornalística cada vez maior.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ALVES, Fábio. Explicitude e explicitação em tradução: uma abordagem à luz da teoria da relevância. In: CAMPOS, Jorge; RAUEN, Fábio José (org). **Tópicos em teoria da relevância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
- ANDERSON, Christopher W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n.5, p.30-89. Abril/maio/junho de 2013
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT NBR ISO 9000:2005 – **Sistemas de gestão da qualidade** - fundamentos e vocabulário. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2005.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARIN, Nilsa Reichert. **Teoria da Relevância e Compreensão de textos publicitários**. Centro Universitário Franciscano, 2001. In: <http://sites.unifra.br/Portals/35/Artigos/2001/35/teoria.pdf>, acessado em 13/08/2014.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 8ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- BENEDETI, Carina Andrade **A Qualidade da Informação Jornalística: Do conceito à prática**. Florianópolis/SC: Insular, 2009. Série Jornalismo a Rigor, Volume 2.
- BERTRAND. Claude-Jean. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Tradução Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 2002.
- BOND, F. Fraser. **Introdução ao Jornalismo**. Livraria Editora Agir: Rio de Janeiro, 1962.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRASIL. (Constituição 1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**; promulgada em 5 de outubro de 1988. Vade Mecum. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CAMPBELL, Donald T.; STANLEY, Julian C. Delineamentos experimentais e quase-experimentais de pesquisa. In: **Delineamentos experimentais e quase-experimentais de pesquisa**. USP/EPU, 1979.
- CAMPOS FILHO, Maurício Prates de. Os sistemas de informação e as modernas tendências da tecnologia e dos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 6, p. 33-45, 1994.
- CANELA, Guilherme. Monitoramento de mídia e estratégias de cooperação com as personagens da notícia: a importância do diálogo informado com a imprensa nos processos de desenvolvimento. Trabalho apresentado no V Congresso Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo, promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Aracaju-SE: SBPJor, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1999.
- CERQUEIRA. Luiz A. Egypto de. **Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores**. Brasília: Unesco. Comunicação e Informação. Série Debates CI, n 6, novembro/2010.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Indicadores da Qualidade no Jornalismo: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros**. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 3, novembro de 2010
- COSTA, Jorge Campos. A teoria da relevância e as irrelevâncias da vida cotidiana. **Linguagem em (Dis) curso**, Santa Catarina, v. 5, n. esp., p. 161-169, 2010.

COSTA, Jorge Campos. Relevância, kluges, emoções: reflexões provocativas. In: CAMPOS, Jorge; RAUEN, Fábio José (org). **Tópicos em teoria da relevância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ECO, Umberto. **Lector in fabula: cooperação interpretativa nos textos narrativos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. Petrópolis: Vozes, 1978.

FENGLER, Susanne et al. **Journalists and media accountability: An International Study of News People in the Digital Age**. New York: Peter Lang, 2014.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo. Anais do IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Porto Alegre: UFRGS, 2006.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. O jornalismo e a reformulação do tempo nas sociedades ocidentais. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Rio de Janeiro: UERJ, 2005

GANS, Hebert. **Deciding what's news**. New York: Pantheon Books, 1979.

GOFFMAN, William. On relevance as a measure. **Information Storage and Retrieval**, v. 2, n. 3, p. 201-203, 1964.

GREISDORF, Howard. Relevance: An interdisciplinary and information science perspective. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 67-72, 2000.

GRICE, Herbert P. **Logic and conversation**. London: University College London, 1975. p. 41-58.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Manual de Aplicação da Matriz de Relevância**. 2013. Manual de orientação dos pesquisadores em contato com a ferramenta de avaliação. (Inédito)

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

GUERRA, Josenildo Luiz. **Qualijor: sistema de gestão a produção jornalística para a qualidade editorial**. Anais do 13º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Campo Grande-MS, SBPJor, 2015.

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**. Brasília: E-compós, v. 13, n. 3, 2010.

GUERRA, Josenildo Luiz. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In.: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Luiz Fernando (orgs). **Critério de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

GUERRA, Josenildo Luiz; BARRETO, Nara. Qualidade em jornalismo: metodologia para avaliação do requisito relevância. Anais do 11º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, SBPJor, 2013.

GUERRA, Josenildo Luiz; LINS, Alanna Molina Vieira. Índice de Pluralidade Jornalística (IPJ): testando uma metodologia para avaliação de qualidade editorial. Anais do 12º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, SBPJor, 2014.

HUMANOS, DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível na Biblioteca Virtual de Direitos Humanos da Universidade de São Paulo: [www.direitoshumanos.usp.br](http://www.direitoshumanos.usp.br), 2012.

JORNET, Carlos. **Gestión periodística: herramientas para lograr un periodismo efectivo y de calidad**. 1ed. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006.

- KERLINGER, Fred Nichols. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**: um tratamento conceitual. Tradução: Helena Mendes Rotundo. São Paulo: EPU, 1979.
- KLÖCKNER, Luciano. A entrevista radiofônica: uma análise através da teoria da relevância. **Linguagem em (Dis) curso**, Santa Catarina, v. 5, n. esp., p. 59-82, 2010.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul; tradução Rafael Varela Jr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.
- LAGE, Nilson. **Gramática do texto Jornalístico**. 1999. Aulas.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: UFSCAR – Insular, 2001.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- MACHADO, Elias. Dos Estudos sobre o Jornalismo às teorias do Jornalismo: três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento. **ecompos – Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Ed.1, dez 2005. Disponível na Internet: <http://www.compos.org.br/ecompos>. Capturado em 11 de janeiro. 2016.
- MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão normas praticas**. Porto Alegre: Sagra, 1995.
- 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](http://www.mct.gov.br/upd_blob/0225/225728.pdf). Capturado em 20 de junho de 2014.
- McQUAIL, Denis. **Atuação de Mídia**: comunicação de massa e interesse público. Tradução Karla Reis. Porto Alegre: Penso, 2012.
- McQUAIL, Denis. **Audience Analysis**. London: Sage Publication, 1997.
- McQUAIL, Denis. **Media accountability and freedom of publication**. London: Oxford University Press, 2003.
- MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?:** como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.
- O'BRIEN, James A. **Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 3 ed. Tradução de Célio Knipel Moreira e Cid Knipel Moreira. Rev. Téc. de Luiz Eduardo de Abreu da Cunha. São Paulo: Saraiva, 2010.
- PALACIOS, M. 2008. A memória como critério de aferição de qualidade no ciberjornalismo: alguns apontamentos. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.37, p.91-100, dezembro de 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4805/3609>. Capturado em 18/02/2016.
- PERNA, Cristina Lopes. A tradução jurídica à luz da teoria da relevância. In: CAMPOS, Jorge; RAUEN, Fábio José (org). **Tópicos em teoria da relevância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
- PINTO, Manuel, MARINHO, Sandra. A qualidade em Jornalismo: problematização e operacionalização do conceito. Comunicação apresentada no I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos, 1.; Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos, 2., 2003, Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2003. Disponível em: . Acesso em 10 de janeiro de 2015.
- RAUEN, F. Teoria da relevância e gêneros textuais: interfaces possíveis. Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais, 2007. Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/cd/Port/51.pdf>. Capturado em 20/06/2015.

- RAUEN, Fábio José. Sobre relevância e irrelevâncias. In: CAMPOS, Jorge; RAUEN, Fábio José (org). **Tópicos em teoria da relevância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
- REES, Alan M. The relevance of relevance to the testing and evaluation of document retrieval systems. In: **Aslib Proceedings**. MCB UP Ltd, 1966. p. 316-324.
- ROSSATTO, Maria Antonieta. **Gestão do conhecimento: a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível**. Rio de Janeiro: Interciência, 2003.
- ROTHBERG, Danilo. **Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia” da UNESCO**. 2010.
- ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público**. São Paulo: Editora Unesp. 2011.
- RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- SANTOS, Liliane do Nascimento. **Os valores-notícia na literatura jornalística: conceitos, elencos e operacionalização**. 2014. 59 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.
- SEELEY, Charles P.; DAVENPORT, Thomas H. KM MEETS BUSINESS INTELLIGENCE Knowledge and data have long been maintained as separate entities, but is it now time to formally integrate the two?. **Knowledge Management Review**, v. 8, n. 6, p. 10, 2006.
- SHOEMAKER, Pamela J. **Gatekeeping**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1991.
- SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade – estudos em jornalismo e mídia** In.: Programa de Pós-graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2005.
- SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. Atlas, 2009.
- SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. Posfácio da edição de 1995 de “relevância: comunicação & cognição”. **Linguagem em (Dis) curso**, Santa Catarina, v. 5, p. 171-220, 2010.
- SPERBER, Dan e WILSON, Deirdre. **Relevância: Comunicação e Cognição**. Tradução: Helen Santos Alves. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.
- SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. Teoria da relevância. **Linguagem em (Dis) curso**, Santa Catarina, v. 5, p. p. 221-268, 2005.
- TAPSCOTT, D; CASTON, A. **A Mudança de Paradigma**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura de moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004.
- TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993
- WALTON, R.. **Tecnologia da informação: o uso da TI pelas empresas que obtêm vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 1993.
- WARREN, N. Carl. **Gêneros periodísticos informativos**. Barcelona: ATE.,1975.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 10ª edição. Editorial Presença: Lisboa, 2009.
- ZYLBERSZTAJN, Joana. **Regulação de mídia e colisão entre direitos fundamentais**. 2008. Tese de Doutorado.

## APÊNDICE A

### SCRIPT DO EXPERIMENTO

O presente experimento aproxima duas formas de avaliar a relevância jornalística dos fatos, buscando testar a capacidade de uma delas, a metodologia embarcada no software Qualijor, de estabelecer posições hierárquicas (variável dependente,  $y$ ) de maneira sistemática, gerando dados úteis à organização. Para tanto os valores-notícia (variável independente,  $x$ ) serão manipulados de maneira distinta. No primeiro grupo, a variável independente será utilizada de forma tácita ( $x_0$ ), enquanto no segundo a variável será externalizada ( $x_1$ ) antes de iniciar o processo avaliativo.

Cada notícia analisada figura como uma unidade de observação, sendo que o mesmo grupo de unidades, isto é, o mesmo grupo de notícias será submetido às duas formas de avaliação. Diferente de outros experimentos, que testam unidades vivas, ativas e mutáveis, este trabalho pode testar mais de uma vez o mesmo conjunto de unidades, uma vez que elas são fixas e já encerradas, isto é, pouco reativas.

A avaliação referente ao primeiro grupo ou grupo de controle diz respeito a um exercício de hierarquização previamente realizado pela organização jornalística da qual se selecionou o conteúdo. De forma que o *ranking* de posição ( $y_0$ ), que hierarquiza o conteúdo dando maior ou menor destaque a ele na edição, é constituído pelo exercício regular avaliação feito na organização sem a interferência deste exercício de pesquisa. Em outros termos, a pesquisa já acessa um *ranking* de posição pronto, cabendo ao estudo do grupo de controle apenas destacar a relação entre as variáveis e representar as faixas de posição oriundas deste *Ranking*.

#### TAREFA 1

Ações:

1. Selecionar um grupo de notícias previamente avaliadas pela organização jornalística;
2. Organizar as notícias de cada edição em 5 faixas, de acordo com o destaque prévio ( $y_0$ );

No segundo grupo ou grupo experimental as mesmas notícias avaliadas pelo processo convencional realizado pelas organizações serão novamente avaliadas, desta vez a partir do fator experimental, que altera a avaliação regular, sendo esta a metodologia presente no software Qualijor. Diferente das ações relativas a tarefa 1, as ações relativas ao segundo grupo precisam de uma descrição mais cuidadosa, conforme feita abaixo.

## TAREFA 2 - Avaliação Experimental

Instrumento: Operação da Matriz de Relevância do software Qualijor, um sistema de gestão da produção jornalística.

Ações:

1. Retomar o mesmo grupo de notícias já selecionado;
2. Acessa o sítio <http://200.17.141.107/Login.aspx>, a partir de Login e Senha próprios.
3. Criar a retransmissão (termo de identificação dos conteúdos) e inseri-la em uma produção jornalística;
4. Adicionar o título da notícia, acompanhado da indicação de posição (1, 2, 3, 4 ou 5) como sub-retransmissão dentro da retransmissão criada;
5. Dividir o conteúdo (textual) de cada notícia em unidades informativas.
  - Fragmentar o texto corrido em relatos, que são a menor unidade de uma informação;
  - Diferenciar cada relato em essencial, acessório e complementar;
  - Inserir cada relato em uma caixa de texto presente no software;
  - Limitar a quantidade de caracteres dos relatos à capacidade máxima da caixa de texto, 400 caracteres.
  - Salvar cada bloco de informações (essencial, acessório e complementar) no botão devido;
6. Ler o conteúdo
7. Externalizar os valores-notícia (x) presentes no texto, transformando-os em  $x_1$ 
  - Marcar cada valor-notícia presente;
  - Pontuar cada variável ( $x_1$ ) com os valores 1 sinalizando que são fundamentais no conteúdo e 0,5 indicando que são secundários ou trabalhados apenas superficialmente.;
8. Salvar a pontuação de relevância, gerando uma nota para a notícia;
9. Repetir as ações de 4 a 8 para todas as notícias avaliadas;
10. Na aba pesquisa do software gerar *Ranking* de Relevância ( $y_1$ ) do conjunto de matérias inseridas na retransmissão;

11. Criar uma relação de equivalência entre *Ranking* de posição ( $y_0$ ) do grupo de controle e *Ranking* de Relevância ( $y_1$ ) do grupo experimental.
  - Utilizar como elemento de equivalência a correspondência às posições de 1 a 5, representativas das faixas de posição e a ordem numérica encontrada.
  - Estabelecer, a partir das maiores e menores pontuações encontradas na avaliação de relevância da Matriz, notas artificiais para cada faixa de posição.
12. Comparar as variáveis dependentes.
  - Comparar as pontuações da matriz e as artificialmente estabelecidas, quanto a faixa de nota;
  - Comparar a correspondência entre a ordem de relevância para cada grupo de 5 matérias do dia.
13. Comparar os *Rankings* e o processo quanto à capacidade de sistematização.
  - Verificar a capacidade de hierarquizar conteúdos;
  - Verificar a capacidade de hierarquizar conteúdos de edições distintas;
  - Verificar a capacidade de informar graus de variação da relevância entre conteúdos;
  - Verificar a capacidade de gerar padrões de alta, média e baixa relevância;
  - Verificar a capacidade de armazenar os indicadores de relevância utilizados;
  - Verificar a capacidade de levar ao reconhecimento de indicadores muito e pouco utilizados;
  - Verificar a capacidade de oferecer apoio à tomada de decisões editoriais;
  - Verificar a capacidade de esclarecer os indicadores de relevância utilizados;
  - Verificar a capacidade de reforçar a percepção normativa dos valores-notícia como indicadores de qualidade do requisito relevância;
14. A partir dos elementos a comparar construir uma escala nominal para julgar a correspondência aos itens de sistematização.

## APÊNDICE B

A sequência de tabelas abaixo explora as quatro possibilidades avaliativas desenvolvidas durante o texto para cada um dos 180 conteúdos jornalísticos analisados. Avaliação da relevância com base nas pontuações e nos *rankings*. Na tabela, as subretrancas responsáveis por identificar os conteúdos no Qualijor foram listadas em ordem decrescente de destaque, seguindo a classificação primeira dos veículos e a ordem das edições sorteadas.

Além da identificação das unidades de observação, a tabela conta com duas grandes colunas que expõem os pontos e a posição no *ranking* retirados do Qualijor, colunas A e B, referentes ao grupo experimental, e os pontos e a posição no *ranking* relativos a classificação própria da produção jornalística, colunas C e D, referentes ao grupo de controle.

As tabelas ainda contam com um sistema de cores, que possibilita um diálogo comparativo entre os *rankings* e entre as pontuações de relevância. A comparação entre os *rankings*, colunas B e D, apresenta quatro possibilidades de variação. Esta escala varia de acordo com a posição de partida do conteúdo e determina, através das suas cores, que as matérias com um ótimo nível de concordância receberão a cor verde; as com um nível bom receberão a cor azul; as que marcarem uma concordância regular serão marcadas em amarelo; e, por último, as que tiverem uma concordância ruim entre a classificação da produção noticiosa e a da Matriz de Relevância serão marcadas com a cor vermelha.

Sobre as pontuações de relevância, visualizadas nas colunas A e C, a variação de cores indica a faixa de relevância ocupada pelo conteúdo. Os conteúdos que igualam ou superam a pontuação 8 são sinalizados com o tom mais escuro de azul, representando a faixa da alta relevância. Os conteúdos que pontuarem entre 7 e 7,9 ocuparão a faixa de média alta relevância e serão representados por um tom intermediário de azul. As matérias localizadas na faixa de média relevância serão representadas pelo tom mais claro de azul e terão pontuado entre 6 e 6,9.

Abaixo da média de relevância estão os conteúdos sinalizados pela cor laranja. O tom mais claro representa as matéria na faixa de média baixa relevância, por atingirem pontuação entre 5 e 5,9 e o tom mais denso indica a faixa de baixa relevância, para matérias cuja pontuação ficou abaixo de 5. A faixa de relevância dos conteúdos referentes ao grupo de controle apresentam uma variação constante, que representa a variação constante nos veículos, uma vez que foram escolhidos cinco conteúdos em diferentes posições de destaque.

As classificações referentes ao grupo experimental, por sua vez, são capazes de perceber uma maior diversidade de situações.

**Avaliação da relevância com base nas pontuações diretas e indiretas e nos rankings de posição e relevância - Produção I**

PRODUÇÃO I		Grupo Experimental		Grupo de controle	
		A	B	C	D
Dia	Matéria	Pontos SGPJ	Ranking SGPJ	Pontos P. I.	Ranking P. I.
12	<u>A petistas, Dilma defende ajuste fiscal e pede apoio</u>	7,75	2°	8	1°
	<u>Um ano depois da Copa, oito dos 12 estádios têm prejuízo</u>	7,5	3°	7	2°
	<u>PSDB deverá abrir mão de aval de promotor para reduzir maioria</u>	7,5	4°	6	3°
	<u>Ornette Coleman, libertário do jazz, morre aos 85 anos em Nova York</u>	5,65	5°	5	4°
	<u>Senado torna crime hediondo homicídio de policiais e militares</u>	7,9	1°	4	5°
13	<u>Derrotados, professores encerram greve mais longa da categoria em SP</u>	10	1°	8	1°
	<u>Lula cobra aliados por ação de CPI contra seu braço direito</u>	5,5	4°	7	2°
	<u>Ministros divergem sobre a volta da CPMF</u>	8,25	2°	6	3°
	<u>Deputados usaram foto dos EUA para protestar contra gays no Brasil</u>	8	3°	5	4°
	<u>Fundador do Clube da Esquina, Fernando Brant morre aos 68 anos</u>	4,65	5°	4	5°
16	<u>Projeções erradas levaram governo a manobras fiscais</u>	8,5	1°	8	1°
	<u>Em encíclica, papa responsabiliza ricos por danos ambientais</u>	8,4	3°	7	2°
	<u>Governo faz plano B para aposentadoria</u>	8,5	2°	6	3°
	<u>De lavoura a bufê, trabalho infantil tem quatro flagrantes por dia em SP</u>	8,15	4°	5	4°
	<u>Francisco ecoa escalada de anúncios globais sobre clima</u>	6,5	5°	4	5°
17	<u>Governo faz concessões para votar redução na desoneração da folha</u>	8,5	1°	8	1°
	<u>Após acordo, redução da idade penal deve avançar</u>	8,5	2°	7	2°
	<u>Olacyr de Moraes, de rei da soja a súdito dos credores</u>	5,65	5°	6	3°
	<u>Lula atuou por construtoras no exterior</u>	8,15	4°	5	4°
	<u>Otan avalia novo arsenal no Leste Europeu</u>	8,25	3°	4	5°
19	<u>Petrobras convoca fornecedores para reduzir valor de contratos</u>	8,4	1°	8	1°
	<u>Nova regra para aposentadoria será revista até 2022</u>	8	2°	7	2°
	<u>Itamaraty chama atos de 'inaceitáveis' e cobra explicações de Caracas</u>	7,75	3°	6	3°
	<u>Esquema em licitações da PM foi mantido por</u>	7,65	4°	5	4°

	<u>empresas de fachada</u>				
	<u>'Vai ter morte', diz taxista sobre sistema de corrida particular</u>	6,5	5°	4	5°
	<u>USP adota Enem e cota na seleção de novos alunos</u>	8,9	1°	8	1°
	<u>Dilma minimiza críticas e petistas reagem a Lula</u>	8	2°	7	2°
	<u>Arrecadação está pior que em 2003, diz Rachid</u>	7,75	4°	6	3°
	<u>Ex-deputado sob suspeita diz à PF que perdeu a memória</u>	7,7	5°	5	4°
24	<u>Do sonho à dívida</u>	7,8	3°	4	5°
	<u>Câmara estende reajuste do salário mínimo a todos os aposentados</u>	9,4	1°	8	1°
	<u>Câmara aprova texto de projeto que reduz desoneração da folha de salários</u>	8,5	2°	7	2°
	<u>Patrimônio imobiliário de Del Nero tem aumento de 175% na CBF</u>	5,9	4°	6	3°
25	<u>Bilhete escrito na cadeia abre guerra entre Odebrecht e PF</u>	6	3°	5	4°
	<u>Empresas de fachada receberam R\$ 21,5 milhões da PM em 8 anos</u>	5,5	5°	4	5°
	<u>PF investiga pagamentos a mulher de governador de MG</u>	7,75	2°	8	1°
	<u>Governo aperta meta de inflação de 2017</u>	8,9	1°	7	2°
	<u>Prisão de Marcelo Odebrecht foi retaliação e descabro, diz defesa</u>	6,6	3°	6	3°
	<u>Lula reconhece para petistas que se excedeu nas críticas ao partido</u>	6,5	4°	5	4°
26	<u>Comitiva de Dilma para visita a Obama terá mais de 90 pessoas</u>	6	5°	4	5°
	<u>Dilma diz que não respeita delator e rejeita acusações</u>	7	3°	8	1°
	<u>Brasil e EUA jogam fichas de visita oficial em declaração sobre o clima</u>	8	2°	7	2°
	<u>Quatro em dez professores fazem jornada extra para completar renda</u>	10,25	1°	6	3°
	<u>Petrobras anuncia corte de US\$ 76,5 bi</u>	7	4°	5	4°
30	<u>Marin gasta R\$ 1,9 milhão para tentar evitar prisão nos Estados Unidos</u>	4,75	5°	4	5°
	<u>Em decisão apertada, Câmara rejeita redução da idade penal</u>	8,75	1°	8	1°
	<u>Dilma sela reaproximação com Obama com oferta climática</u>	8,5	2°	7	2°
	<u>Grécia é 1° país desenvolvido a dar calote no FMI</u>	6,75	5°	6	3°
	<u>Alta da tarifa da Eletropaulo chega a 75%</u>	7,5	4°	5	4°
01	<u>Vereadores de SP aceleram votação e aprovam 660 cargos de assessores</u>	8,25	3°	4	5°
	<u>Redução da maioria penal avança na Câmara após manobra</u>	9,25	1°	8	1°
	<u>Nem governo nem mercado vão ditar preço da gasolina</u>	7,5	3°	7	2°
	<u>Governo reconhece falha e vetará reajuste do Judiciário</u>	8	2°	6	3°
02	<u>Cardozo diz a aliados que quer deixar o governo</u>	7,4	4°	5	4°
	<u>Washington ouviu Brasil sobre Havana voltar à OEA</u>	5,5	5°	4	5°

04	<u>Dilma libera cargos e verbas para conter crise com PMDB</u>	8,9	2°	8	1°
	<u>Alckmin reduz programa de leite para criança carente; 37 mil são afetados</u>	9,5	1°	7	2°
	<u>500 Políticos são cobrados a devolver Bolsa Família</u>	8,4	3°	6	3°
	<u>Pedágio muito caro já trava novo plano de concessões de Dilma</u>	7,5	4°	5	4°
	<u>Divididos, evangélicos dos EUA abrandam tom sobre casamento gay</u>	5,5	5°	4	5°

**Avaliação da relevância com base nas pontuações diretas e indiretas e nos rankings de posição e relevância - Produção O**

PRODUÇÃO O		Grupo Experimental		Grupo de controle	
		A	B	C	D
Dia	Unidade de Observação	Pontos SGPJ	Ranking SGPJ	Pontos P. O.	Ranking P. O.
11	Greve de professores paralisa 25 das 63 universidades federais, diz sindicato	8,25	1°	8	1°
	Câmara aprova redução da idade mínima para governador, deputado e senador	7,9	2°	7	2°
	Senado aprova projeto que transforma assassinato de policiais em crime hediondo	7,65	4°	6	3°
	Deputados aprovam novas datas de posse para presidente da República e governador	7,9	3°	5	4°
	Serasa Experian registra em maio crescimento de 10,8% na procura por crédito	6	5°	4	5°
12	Justiça italiana suspende extradição de Pizzolato	6,6	4°	8	1°
	Professores da rede estadual de decidem suspender a greve em São Paulo	9,25	1°	7	2°
	Chioro defende contribuição para complementar financiamento do SUS	7	3°	6	3°
	ProUni vai oferecer mais de 116 mil bolsas no segundo semestre de 2015	8,5	2°	5	4°
	No Rio, 8 mil alunos ficam sem aula por causa de operação policial na zona oeste	6,5	5°	4	5°
15	Prazo para uso obrigatório do extintor ABC é novamente adiado	8	1°	8	1°
	Balança comercial acumula resultado positivo pela primeira vez em 2015	6,75	4°	7	2°
	PF desarticula núcleos de organização de tráfico internacional de drogas	7,5	3°	6	3°
	Candidatos do Sisu já podem aderir à lista de espera	7,75	2°	5	4°
	Avião da FAB faz pouso de emergência no aeroporto de Brasília	5	5°	4	5°
16	Cardozo diz que reduzir maioria penal provocará caos no sistema penitenciário	8,5	1°	8	1°
	Fachin toma posse e plenário do supremo volta a ter 11 ministros	7,7	2°	7	2°
	Câmara retoma votação da reforma política e da desoneração	7,5	3°	6	3°

	Ex-dirigente da Sete Brasil nega irregularidades em contratos da empresa	4,75	4°	5	4°
	Pesquisadores usam método australiano para melhorar a qualidade do café no Brasil	4,5	5°	4	5°
18	Congresso deve mudar MP com novas regras para aposentadorias, diz Renan	8,5	2°	8	1°
	Senado aprova ida de nova comissão à Venezuela	7	3°	7	2°
	Câmara interrompe votação de ajuste fiscal em função de incidente com senadores	7	4°	6	3°
	TCU entrega relatório de contas do governo ao presidente do Congresso	7	5°	5	4°
	CNBB manifesta-se contra redução da maioria penal	9	1°	4	5°
	Levy nega que governo pretenda revisar meta de superávit primário	7,25	2°	8	1°
	Cardozo diz que governo não paralisou demarcação de terras indígenas	7,5	1°	7	2°
	"Todo mundo tem o direito de criticar", diz Dilma sobre declarações de Lula	6	3°	6	3°
23	Líder da oposição na Venezuela suspende greve de fome	5,5	4°	5	4°
	Justiça italiana julga recurso de Pizzolato contra extradição para o Brasil	5,1	5°	4	5°
	Aumenta em 30% número de pessoas que iniciam tratamento contra AIDS.	8,5	1°	8	1°
	Preso na Lava Jato, presidente da Odebrecht pede destruição de e-mail, diz PF.	8,4	2°	7	2°
	Rótulos terão que informar sobre alimentos que causam alergia	7,9	3°	6	3°
24	Dilma: Brasil não pode aceitar ser o vigésimo quinto no comércio internacional	7	4°	5	4°
	Feirão de empregos oferece informações e oportunidades para imigrantes	6,15	5°	4	5°
	Votação do projeto de desoneração é concluída com poucas alterações	7,75	4°	8	1°
	Superávit primário de janeiro à maio cai para o menor nível em 18 anos	8,4	2°	7	2°
	Seis executivos tornam-se réus no processo do cartel do Metrô de São Paulo	8	3°	6	2°
25	Plenário da Câmara rejeita emenda que alteraria projeto de desoneração	7,5	5°	5	4°
	BNDES e Sabesp assinam contrato para obra que vai abastecer o Cantareira	9	1°	4	5°
	Lava Jato: ministro do STF prorroga por 60 dias investigação sobre políticos	8,2	1°	8	1°
	Em Nova York, Dilma diz que não respeita delatores	8	2°	7	2°
	Relatório da CGU indica falhas em programa de transporte escolar	7,75	4°	6	3°
29	Janot diz que corrupção investigada na Lava Jato é enorme e descomunal	6,7	5°	5	4°
	Pezão sanciona lei que proíbe porte de arma branca	7,9	3°	4	5°
	EUA vão facilitar entrada de brasileiros que viajam ao país com frequência	9	1°	8	1°
	Grécia não paga dívida ao FMI e entra oficialmente em calote	5,5	5°	7	2°

30	MEC prorroga até 20 de julho prazo para renovar contratos do Fies	8	3°	6	3°	
	Começa sessão da Câmara para votar PEC da maioria Penal	7,5	4°	5	4°	
	Justiça determina que União forneça medicamento à base de canabidiol	8,1	2°	4	5°	
	Eduardo Cunha decide votar hoje novo texto sobre maioria penal	9,75	1°	8	1°	
	Reajuste do Judiciário terá impacto de R\$ 25,7 bilhões em três anos	8,25	2°	7	2°	
	Balança comercial tem maior resultado para primeiro semestre em três anos	7,5	3°	6	3°	
	01	Resultados de pesquisas são cíclicos, diz Temer sobre avaliação do governo	6,5	5°	5	4°
		Sem quórum, Congresso adia apreciação de vetos de fusões partidárias	7	4°	4	5°
		Sérgio Moro diz que prisões da Lava Jato são "exceções"	6,2	5°	8	1°
	ONU aprova resolução que condena violações dos direitos humanos na Síria	8,5	2°	7	2°	
	Fies vai considerar classificação de alunos no Enem	8,4	4°	6	3°	
	03	Ministros e ONU Mulheres repudiam ofensas sexistas a Dilma	8,5	3°	5	4°
STF concede liberdade a ex-deputado condenado no processo do mensalão		8,6	1°	4	5°	

**Avaliação da relevância com base nas pontuações diretas e indiretas e nos rankings de posição e relevância - Produção T**

PRODUÇÃO T		Grupo Experimental		Grupo de Controle	
		A	B	C	D
Dia	Matéria	Pontos SGPJ	Ranking SGPJ	Pontos P. T.	Ranking P. T.
11	<u>BC considera que esforços para segurar inflação não foram suficientes</u>	6	4°	8	1°
	<u>Alimentação é grupo que mais pesa na inflação apurada pelo IBGE</u>	6,5	3°	7	2°
	<u>Astronauta italiana se torna mulher a ficar mais tempo no espaço</u>	5	5°	6	3°
	<u>Listas de 'dez mais' viram uma febre de bullying</u>	9,05	1°	5	4°
	<u>Assembleia aprova mudanças no estatuto da CBF</u>	7,4	2°	4	5°
12	<u>Itália suspende pela segunda vez extradição de Henrique Pizzolato</u>	6,35	4°	8	1°
	<u>Ministro da Saúde diz estudar novo imposto do cheque, e Levy descarta</u>	9	1°	7	2°
	<u>Justiça francesa absolve ex-diretor do FMI das acusações de crimes sexuais</u>	7,1	3°	6	3°
	<u>Pesquisadores de MG fazem teste de DNA e revelam fraudes em alimentos</u>	7,15	2°	5	4°
	<u>Menino de 10 anos encontra homem que salvou sua vida ao doar medula</u>	5,75	5°	4	5°
	<u>Endividamento das famílias é o maior em dez anos</u>	8,4	1°	8	1°

15	<u>Mudança na regra da aposentadoria é inviável, diz ministro da Previdência</u>	8,25	2°	7	2°	
	<u>Ativista deixa ONG nos EUA após família revelar que ela fingia ser negra</u>	6	3°	6	3°	
	<u>França fecha fronteira com Itália e se recusa a aceitar imigrantes africanos</u>	5,5	4°	5	4°	
	<u>Japoneses valorizam tanto atividades extraclasses quanto aulas normais</u>	3	5°	4	5°	
16	<u>Vendas caem 3,5% e comércio tem pior mês de abril dos últimos 12 anos</u>	5,5	3°	8	1°	
	<u>Jurista Luiz Edson Fachin toma posse como ministro do STF</u>	7,2	1°	7	2°	
	<u>Governo americano proíbe gordura trans em todos os alimentos</u>	7	2°	6	3°	
	<u>Donald Trump lança pré-candidatura à presidência dos Estados Unidos</u>	5	5°	5	4°	
	<u>Bancos investem em tecnologia para reforçar segurança de caixa eletrônico</u>	5,5	4°	4	5°	
18	<u>MP que cria alternativa para cálculo de aposentadorias entra em vigor</u>	8,9	1°	8	1°	
	<u>Suspeito de matar nove em igreja de comunidade negra americana é preso</u>	6,05	5°	7	2°	
	<u>ONU alerta que número de refugiados no planeta é o maior da história</u>	6,5	4°	6	3°	
	<u>Senadores do Brasil são impedidos de visitar presos políticos em Caracas</u>	7,9	2°	5	4°	
	<u>Vaticano divulga documento histórico em defesa do meio ambiente</u>	7,25	3°	4	5°	
	<u>Vaticano se torna mais tolerante com divorciado e recua em relação a gays</u>	7	2°	8	1°	
	<u>Consumidor tem procurado consertar em vez de comprar aparelhos novos</u>	6	3°	7	2°	
	<u>Juiz Sérgio Moro manda soltar três presos na 14ª fase da Lava Jato</u>	7,2	1°	6	3°	
	<u>Rio Tietê apresenta consequências da poluição no interior de São Paulo</u>	5,75	4°	5	4°	
	<u>Brasileiro paga mais imposto por bicicleta do que por carro popular</u>	5,5	5°	4	5°	
23	<u>Cantor sertanejo Cristiano Araújo morre em acidente de carro em GO</u>	7,7	2°	8	1°	
	<u>Cheia do Rio Solimões deixa cidade inteira debaixo d'água no Amazonas</u>	8,4	1°	7	2°	
	<u>BC projeta inflação de 9% e retração de mais de 1% no PIB para 2015</u>	7,5	3°	6	3°	
	<u>Extradicação de Henrique Pizzolato é suspensa até setembro na Itália</u>	6,6	4°	5	4°	
	<u>Imigrantes pulam em caminhões na França para cruzar o Canal da Mancha</u>	4,8	5°	4	5°	
	<u>Multidão acompanha cortejo e enterro do cantor Cristiano Araújo em Goiás</u>	7,3	3°	8	1°	
	<u>Desemprego chega a 6,7% em maio, maior taxa para mês em quase 5 anos</u>	8,4	1°	7	2°	
24	<u>Seis executivos de 4 empresas viram réus no caso do cartel de trens em SP</u>	8,2	2°	6	3°	
	25	<u>Encontro no Rio reúne executivos das maiores redes de TV do mundo</u>	5	5°	5	4°

29	<u>Uma das maiores companhias de balé do mundo, Bolshoi volta ao Brasil</u>	5,5	4°	4	5°	
	<u>Rodrigo Janot classifica corrupção na Petrobras como 'descomunal'</u>	5,7	4°	8	1°	
	<u>Dilma diz que não respeita delatores e que campanha só teve doações legais</u>	8	3°	7	2°	
	<u>Petrobras corta 37% de investimentos para aumentar caixa e reduzir dívida</u>	8,5	2°	6	3°	
	<u>Motorista de Cristiano Araújo admite que dirigia acima do limite permitido</u>	5,15	5°	5	4°	
	<u>Pesquisa revela que muitas mulheres brasileiras não fazem mamografia</u>	9	1°	4	5°	
	<u>Câmara começa análise de proposta de redução da maioria penal</u>	8,5	1°	8	1°	
	<u>Prazo para pagar credores termina e Grécia pode ter falência decretada</u>	6,65	4°	7	2°	
	<u>EUA aceitam facilitar entrada de brasileiros no país, mas mantêm visto</u>	8,5	2°	6	3°	
	<u>Consumidores trocam lixo reciclável por descontos na conta de luz</u>	7,9	3°	5	4°	
30	<u>Lâmpadas incandescentes de 60 watts deixam de ser vendidas no país</u>	5,5	5°	4	5°	
	<u>Câmara rejeita redução da maioria penal e decide discutir nova proposta</u>	9,25	1°	8	1°	
	<u>Após 54 anos, EUA e Cuba anunciam que vão reabrir embaixadas</u>	7,9	2°	7	2°	
	<u>Ibope divulga uma pesquisa de avaliação do governo Dilma</u>	7,5	3°	6	3°	
	01	<u>Criminosos desbloqueiam e vendem celulares roubados na rua no RS</u>	6,25	4°	5	4°
		<u>Modelos de celulares mais simples ainda atraem consumidores no Japão</u>	3	5°	4	5°
		<u>Produção de energia nas hidrelétricas cai 6%; nas termelétricas, sobe 5%</u>	7	3°	8	1°
		<u>Delator apresenta documentos do pagamento de propina a políticos</u>	7,4	1°	7	2°
		<u>Justiça federal nega habeas corpus preventivo a José Dirceu</u>	7,1	2°	6	3°
		03	<u>Pesquisas mostram empate entre 'sim' e 'não' em referendo na Grécia</u>	6,65	4°	5
<u>Comitê Organizador dos Jogos do Rio apresenta a tocha olímpica</u>			6,5	5°	4	5°

## ANEXO

### Manual de Aplicação da Matriz de Relevância – parâmetros em janeiro/2013

O conjunto de quadros abaixo foram desenvolvidos para orientar as avaliações de relevância realizadas. Cada bloco de cor representa uma categoria e as subcategorias relacionadas. O item A, primeiro bloco de cor, por exemplo, representa a categoria ou macro valor-notícia atualidade e inclui as sete subcategorias ou valores-notícia ligadas a ela, isto é: novidade, factual, acompanhamento, repercussão, gancho, temática e fria.

Para cada categoria e subcategoria, o manual apresenta uma descrição do seu significado, das situações em que são aplicados e dos seus objetivos. Além de incluir o peso referente e a sua justificativa. Para as subcategorias, especificamente, ainda são disponibilizados exemplos referentes a pontuação, a fim de orientar o avaliador sobre as situações em que cada valor-notícia deve ser marcado como central, secundário ou periférico (esta última faixa e pontuação não foi utilizadas no experimento realizado, que se limitou as duas primeiras).

De maneira geral, é importante frisar que o manual é um elemento fundamental para garantir a efetividade das avaliações, uma vez que esclarece aos usuários da Matriz de Relevância sobre cada um dos elementos constituintes, sobre seus objetivos e aplicações. A avaliações orientada pelo conjunto de regras aqui dispostas torna as avaliações mais precisas e mais coerentes com avaliações de outros usuários. A apresentação deste manual ainda é um elemento que traz precisão e clareza, permitindo, numa perspectiva de *accountability* a apresentação das normas que orientam a ação e a capacidade de responder e de se responsabilizar por decisões avaliativas tomadas.

#### Aplicação e pontuação de valores-notícia do EIXO 1

<b>Item A</b>	Categoria/macro valor-notícia:  <b>ATUALIDADE</b>	<b>Descrição:</b> Macro valor-notícia relativo a fatos ocorridos ou implicados no momento presente. <b>Aplicação:</b> Para a análise da relevância do fato/acontecimento em relação ao momento presente.
---------------	---	---

		<p><b>Objetivo:</b></p> <p>- Identificar o apelo temporal do fato presente na notícia. É preciso identificar qual é o valor notícia destacado na matéria ou que a torna digna de nota. Deve-se marcar preferencialmente uma categoria.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>2</b></p>	<p><b>Justificativa:</b></p> <p>O atendimento ao requisito de atualidade representa uma necessidade para a informação entrar no processo jornalístico. O que vai caracterizar a maior ou menor relevância, uma vez reconhecida a atualidade como valor do fato, serão a) as valores-notícia associados e b) os demais requisitos de relevância;</p>
<p><b>Item A.1</b></p>	<p>Sub-Categoria/ valor-notícia:</p> <p><b>Novidade</b></p>	<p><b>Descrição:</b></p> <p>Valor-notícia indicador de um acontecimento desconhecido do público ou uma nova ocorrência no âmbito da realidade.</p> <p><b>Aplicação:</b></p> <p>Para fatos que representem uma agregação significativa, ruptura ou mudança em relação ao conhecimento do estado atual de coisas. O fundamental na novidade é a informação nova sobre o estado de coisas. Situações possíveis: a) a configuração de uma nova retransmissão; b) uma significativa informação nova em uma retransmissão já aberta (nesse caso, acompanhada da marcação de acompanhamento, como item central ou secundário, a depender do caso). Não confundir com informação que configure acompanhamento (atualização de informações de fato originado na retransmissão) ou factual (no factual, a informação nova vem acompanhada de uma ocorrência/evento, precisamente delimitada no tempo e com vida útil definida pela periodicidade da edição).</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>Um acidente de carro grave acontece numa estrada até então considerada segura</i> (não era de se esperar tal acidente); b) <i>Governo lança uma medida que altera as regras de um determinado negócio</i> (a medida nova precisa ser conhecida para orientar a todos sobre a nova dinâmica de funcionamento do negócio).</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>Na reunião mensal do Copom, a taxa de juros tem uma redução maior que a média dos últimos meses</i>; Trata-se de um factual, o resulta de uma reunião/evento, acompanhada de uma novidade, uma redução diferente da esperada).</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1,7</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> A sub-categoria recebe pontuação maior do que da</p>

			maior parte, em reconhecimento expectativa de novidade vendida pelo jornalismo e aceita pelo público, bem como pela valorização da novidade, enquanto valor-notícia de referência.
Item A.2	Sub-Categoria/ valor-notícia:		<p><b>Factual</b></p> <p><b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador de um fato ou acontecimento cuja ocorrência, por si, recomenda informação imediata, sob risco de não mais fazer sentido caso transcorra tempo excessivo. Informação baseada em uma ocorrência/evento, precisamente delimitada no tempo e com vida útil definida pela periodicidade da edição.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos com alto grau de pericibilidade. Aplicada também a notícias baseadas em eventos (faz um evento para divulgar um relatório de pesquisa, como o IBGE, IPEA, e outros outros).</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Mais de 20% de atraso nos vôos de Guarulhos.</i> O índice de atraso é um factual pois registra um momento, que se não for noticiado naquele instante, dificilmente o será depois. <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria ou mera agenda.</b> Por exemplo: <i>a) Sustentabilidade é tema da 30ª Feira do Livro em Brasília.</i> Se a matéria não estiver focada na temática do evento, mas no evento em si – sua ocorrência precisa naquele momento – resulta secundária em relação à discussão do tema.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
	Peso	<b>1,5</b>	
Item A.3	Sub-Categoria:		<p><b>Acompanhamento</b></p> <p><b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador de fatos que compõem o acontecimento, de modo a informar seus desdobramentos. Depende da sobrevivência do fato principal.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos que se desdobrem de acontecimento, a fim de informar, no momento atual, qual é a situação do desenrolar do acontecimento. Só deve ser marcado para situações que mantenham correlação com o desenvolvimento regular do acontecimento. <b>Para fatos que provoquem reviravolta ou guinada no acontecimento, em vez de</b></p>

		<p><b>ACOMPANHAMENTO, pode ser indicada a marcação de NOVIDADE.</b></p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Venda de livros em Brasília cresce 25 %.</i> Será um acompanhamento, se estiver vinculada à notícia sobre a 30ª. Feira do Livro em Brasília.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Veríssimo lança novo livro na Feira do Livro em Brasília.</i> O lançamento do livro de Veríssimo poderá ser um Factual (independentemente da Feira, poderia ser notícia), mas também acompanhamento, pois o lançamento se deu na Feira do Livro.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>1</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> Esta sub-categoria recebe pontuação padrão, que se mantém enquanto o fato gerador continua despertando interesse sobre o seu desdobramento.</p>
<p><b>Item</b> <b>A.4</b></p>	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Repercussão</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Coleta de avaliações ou análises sobre o acontecimento ou fato junto a envolvidos, implicados, público, especialistas. Tem uma estreita vinculação com a ocorrência do fato / novidade e até com acompanhamento.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que apresentam diversas fontes analisando o fato ou acontecimento.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Analistas do mercado financeiro, empresários e trabalhadores avaliam redução da taxa de juros.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Durante evento de especialistas em economia para análise da crise financeira mundial, expositores comentam e avaliam a redução da taxa de juros.</i> O evento, por si, estava sendo noticiado (factual), mas em seu contexto, houve uma repercussão da redução da taxa de juros.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> dar conhecimento às avaliações e versões sobre um fato;</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>1,5</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> Em função do seu poder de proporcionar diversidade e pluralidade, deve ser valorizada, pois pode tanto esclarecer quanto contemplar requisitos éticos</p>
<p><b>Item</b></p>	<p>Sub-Categoria:</p>	<p><b>Descrição:</b></p>

A.5	<b>Gancho</b>		<p>Nova matéria <b>inspirada</b> em matéria anterior, sem ser acompanhamento, mas que chama a atenção para aspecto derivada indiretamente da matéria inspiradora.</p> <p><b>Aplicação:</b></p> <p>Para sub-retrancas que desdobram outros fatos ou temas correlatos ao fato originário, sem que se confunda com o acompanhamento do próprio fato.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) a partir do acidente na rodovia considerada segura, matéria faz um levantamento de todos os acidentes nesta e em outras vias consideradas seguras para avaliar possível mudança no perfil do trânsito;</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A partir do acidente na rodovia considerada segura, matéria apresenta uma pesquisa científica sobre a mudança do perfil do trânsito na cidade.</i> A matéria pode ser fria (central) e ser gancho, pois vinculada ao fato ocorrido.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<p>Objetivo: chamar a atenção para aspectos correlacionados ao fato principal;</p>
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<p>Justificativa: A correlação, dependente do fato principal, não chega a ser tão relevante quanto o fato principal (novo). Daí que perde valor em relação a ele, necessitando de outros requisitos para elevar a sua avaliação de relevância;</p>
Item A.6	Sub-Categoria: <b>Temática</b>		<p><b>Descrição:</b> Assunto contextual ou conjunturalmente atual, presente na agenda pública ou política, decorrente do Plano de Conteúdo, desvinculada de qualquer <b>factual; é pauta decorrente do planejamento editorial;</b></p> <p><b>Aplicação:</b> Para retrancas ou sub-retrancas que explorem especialmente políticas públicas contidas em documentos de planejamento dos poderes políticos, estudos de órgãos de pesquisa, relatórios de ongs, ou similares. A atualidade aqui é medida em função da agenda desses atores sociais.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Equipa produz série de reportagens sobre um determinado tema ao longo do</i></p>

		<p><i>ano.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A partir do acidente de trânsito, a equipe reúne e vincula conteúdo temático produzido ou em produção.</i> Um gancho, factual ou acompanhamento é enriquecido com material relativo à tema objeto de planejamento editorial.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p>Objetivo: dar conhecimento a aspectos que permitem o conhecimento de situações contextuais ou conjunturais;</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>2</b></p>	<p>Justificativa: Como são matérias com maior poder explicativo sobre contextos ou conjunturas, deve ser valorizado para elevar a capacidade de entendimento global das várias questões para a audiência; como são matérias mais raras, quando elas ocorrem, devem ser valorizadas</p>
<p><b>Item</b> <b>A.7</b></p>	<p>Sub-Categoria: <b>Fria</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Fato ou temática atual, porém, desvinculada de qualquer fato principal que exija abordagem imediata.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que não se encaixem em nenhum valor-notícia acima.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Equipe lança uma matéria, produzida aleatoriamente</i> (fora de um planejamento de conteúdo previamente realizado), <i>dentro de uma determinada temática.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A partir do acidente de trânsito, a equipe desenvolve ou aproveita um conteúdo superficial relacionado ao caso.</i> Um gancho, factual ou acompanhamento é enriquecido com material relativo a conteúdo frio.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p>Objetivo: dar conhecimento de algum fato ou tema atual, porém sem contexto ou conjuntura claramente percebidos.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>0,5</b></p>	<p>Justificativa: Como não tem vínculos nem exigências temporais, e servem na maior parte das vezes para cobrir deficiências de apuração, tem o menor peso dentro da categoria.</p>

<b>Item B</b>	Categoria:		<b>Descrição:</b> Indica relevância a partir de uma demanda necessária ou desejável para o exercício da cidadania.
	<b>INTERESSE PÚBLICO</b>		<b>Objetivo:</b> Dar conhecimento a assuntos que digam respeito a todos, em virtude da condição de cidadania própria dos indivíduos nas sociedades democráticas.
	<b>Peso</b>	<b>2</b>	<b>Justificativa:</b> Estimula o acréscimo de cidadania à prática jornalística cotidiana, valorizando questões necessárias ao pleno exercício da cidadania.
<b>Item B.1</b>	Sub-Categoria:		<b>Descrição:</b> Diz respeito potencialmente a qualquer direito ou obrigação de um indivíduo, em virtude da condição de sua cidadania, em fato no qual sujeitos individuais ou organizações da sociedade civil sejam protagonistas. Matérias relativas a liberdades individuais, dignidade da pessoa, liberdade religiosa/sexual, questões de gênero, direito de propriedade, acesso à justiça entre outros previstos no Art. 5 da CF.
	<b>Direitos Individuais</b>		<b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem direitos individuais, nos quais a sociedade civil seja a protagonista da ação de promoção ou denúncia. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada consequência direta para os direitos individuais. <b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Grupo de homossexuais reivindica direitos iguais.</i> Ação protagonizada por membros da sociedade civil. <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Governo lança programa contra o preconceito sexual. Ação protagonizada por Poder Executivo, que tem consequência nos direitos individuais; b) Ministério Público move ação civil pública para garantia de direitos trabalhistas (central, Direitos Sociais, trabalho) e promoção da igualdade sexual nas relações de trabalho (secundário, a questão da igualdade social no âmbito das relações de trabalho).</i> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
	<b>Peso</b>	<b>2</b>	<b>Objetivo:</b> Dar visibilidade a direitos individuais, nos quais a própria sociedade civil seja a protagonista da sua promoção ou denúncia;
	<b>Peso</b>	<b>2</b>	<b>Justificativa:</b> Direitos individuais dizem respeito potencialmente a todos os cidadãos.
<b>Item B.2</b>	Sub-Categoria:		<b>Descrição:</b> Diz respeito a direitos relativos à soberania popular na definição dos

	<b>Direitos Políticos e Partidários</b>		<p>destinos do país, envolvendo temas como eleição, alistamento eleitoral, plebiscito, referendo, iniciativa popular, organização de partidos políticos e outras prerrogativas similares (conforme Art. 14 a 17 da CF), relativos à processos de organização de grupos destinada a gerenciar o estado, com protagonismo para ações da sociedade civil.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre direitos políticos ou partidários e seu exercício, quando provocados por iniciativa da sociedade civil. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada consequência direta para esses direitos.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Partidos políticos realizam convenções para definição das candidaturas nas próximas eleições; b) Eleições municipais no próximo ano vão eleger prefeitos e vereadores.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Tribunal Superior Eleitoral define regras para as eleições 2012.</i> O TSE define regras, o protagonismo é do Poder Judiciário, e não de partidos, de eleitores, de ONG, etc. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<p>Objetivo: Identificar matérias claramente vinculadas a disputas de poder, regras para a obtenção e partilha do poder.</p>
	<b>Peso</b>	<b>2</b>	<p>Justificativa: É um tema crucial para o gerencialmente do estado.</p>
<b>Item B.3</b>	<p>Sub-Categoria: <b>Direitos sociais</b></p>	<p>Descrição: Diz respeito a temas e fatos sobre direitos sociais (educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, conforme Art. 6 da CF), nos quais a sociedade civil apareça como protagonista da promoção, defesa ou reivindicação de direitos sociais.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre direitos sociais (saúde, educação, moradia, segurança e outros previstos na constituição federal), com a sociedade civil como protagonista da</p>	

		<p>ação. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada consequência direta para esses direitos.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Segundo pesquisa do Ipea, a educação básica brasileira ainda não alcançou patamar internacional; b) Pais e mestres denunciam abandono de escola municipal.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) MEC divulga resultado da educação básica; b) Secretaria Municipal de Educação divulga plano de combate à evasão escolar.</i> O protagonismo é do Poder Executivo. O direito social entra como o foco da ação do Poder Executivo.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b></p> <p>Dar visibilidade a Direitos sociais, nos quais a própria sociedade civil seja a protagonista da sua promoção ou denúncia;</p>
	<b>Peso</b>	<b>2</b>
		<p><b>Justificativa:</b></p> <p>Direitos sociais dizem respeito potencialmente a todos os cidadãos.</p>
<b>Item B.4</b>	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Ministério Público e Defensoria</b></p>	<p><b>Descrição:</b></p> <p>Diz respeito a ações desempenhadas pelo Ministério Público e Defensoria Pública, relativas a garantias legais dos mais diversos direitos e deveres vinculados ao interesse público.</p> <p><b>Aplicação:</b></p> <p>Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre ações do MP e Defensoria. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada vinculação a órgãos dessa natureza.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Ministério Público realiza censo sobre educação (Educação traria, por exemplo, direitos sociais para o tema secundário); b) Defensoria Pública garante que acusados são inocentes.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A sentença absolveu os acusados, mas o Ministério Público diz que vai recorrer; b) Moradores dizem que vão ao Ministério Público denunciar descaso com educação no município.</i> Nesse caso, Educação torna Direitos Sociais tema central, pois o protagonismo é da sociedade civil, e o MP vai para tema secundário.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>

		<b>Objetivo:</b> Chamar atenção para ações desempenhadas pelo Ministério Público e Defensoria.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>
		<b>Justificativa:</b> Por ser um importante ator social, as ações do Ministério Público e da Defensoria têm peso potencial para todos os cidadãos brasileiros.
Item B.5	Sub-Categoria:	Descrição: Diz respeito a ações e qualquer iniciativa protagonizada pelo Poder Executivo.
	<b>Poder Executivo</b>	<b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre ações do Poder Executivo. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada vinculação a órgãos desse poder. <b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Ministério da Educação realiza censo sobre educação</i> (Educação traria, por exemplo, direitos sociais para o tema secundário); <i>b) Presidente Dilma fará reforma ministerial.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A decisão da Justiça obriga o Governo Federal a indenizar moradores de área afetada pela obra;</i> Poder Judiciário é central, e Executivo, secundário; <i>b) Moradores dizem que vão ao prefeito cobrar melhorias na educação no município.</i> Nesse caso, Educação torna Direitos Sociais tema central, pois o protagonismo é da sociedade civil. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
		<b>Objetivo:</b> Chamar atenção para ações desempenhadas pelo Poder Executivo, em qualquer esfera.
	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>
		<b>Justificativa:</b> Atores sociais responsáveis por governar a nação administrando os interesses públicos, as ações do Poder Executivo recebem destaque em referência a centralidade deste ator.
Item B.6	Sub-Categoria:	Descrição: Diz respeito a ações e questões próprias do Poder Judiciário
	<b>Poder Judiciário</b>	<b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre ações do Poder Judiciário. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada

		<p>vinculação a órgãos desse poder.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) A decisão da Justiça obriga o Governo Federal a indenizar moradores de área afetada pela obra;</i> Poder Judiciário é central, e Executivo, secundário.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Os moradores que ocuparam uma área pública no centro da cidade começam a desocupá-la, após decisão judicial que reintegração de posse.</i> Direitos sociais é central (ação movida por moradores sobre habitação), e Judiciário, secundário, pois a matéria tem como foco a desocupação espontânea, após determinação do Poder Judiciário.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> Chamar atenção para ações desempenhadas pelo Poder Judiciário, em qualquer esfera.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>1,6</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> Atores sociais responsáveis por julgar com base na Constituição, as ações do Poder Judiciário recebem destaque, inclusive em relação aos Poderes Executivo e Legislativo, em referência a centralidade deste ator e para estimular sua inserção nas coberturas jornalísticas.</p>
<p><b>Item B.7</b></p>	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Poder Legislativo</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Diz respeito a ações cujo ambiente de ocorrência e protagonismo tenha como lugar o Poder Legislativo.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para sub-retrancas que abordem temas e fatos sobre ações do Poder Legislativo. Esse tema poderá ser marcado como secundário em matérias nas quais outros temas sejam principais, quando configurada vinculação a órgãos desse poder.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Câmara dos Deputados aprova projeto de lei sobre meio ambiente;</i> Poder Legislativo é central.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) O Governo Federal enviou o Projeto de Lei sobre o Orçamento de 2012 para apreciação do Poder Legislativo.</i> Poder Executivo é central (ação movida pelo Governo Federal), e Legislativo, se for marcada, secundário, pois caberá a ele a aprovação do projeto.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>

		<b>Objetivo:</b> Chamar atenção para ações desempenhadas pelo Poder Legislativo, em qualquer esfera.
	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>
		<b>Justificativa:</b> Atores sociais responsáveis por fazer as leis que se sobrepõem sobre todos os cidadãos (Ou parte deles no caso do Legislativo Estadual ou municipal) , as ações do Poder Legislativo recebem destaque em referência a centralidade e potencial impacto deste ator.

Além das categorias aí expressas a versão mais atual da matriz inclui três novas. Interesse geral (1,5), Interesse coletivo (1) e Interesse individual (0,5), que serão previamente definidas abaixo. (Assim como nas demais categorias, deverão ser dadas as notas 1, 0,5 ou 0,1; conforme a valor seja central, secundário ou periférico na matéria.

#### B.8. Interesse Geral

Diz respeito ao conteúdo que é de interesse potencial para todos. Deve ser utilizado para fatos ou acontecimentos que ultrapassem o interesse coletivo ou individual. No caso de veículos de abrangência nacional, o interesse geral dirá respeito ao interesses potenciais de toda a nação.

Há forte relação com as sub-categorias Direitos Sociais, Direitos Individuais ou Direitos Políticos Partidários, sendo que neste caso, a sociedade civil não precisa ser o sujeito gerador da ação. No texto, "MP que cria alternativa para cálculo de aposentadorias entra em vigor" (Produção T, 18/06/2015), por exemplo, o foco está em uma alteração relativa a um Direito Social, que, por tanto, interessa potencialmente a todos os brasileiros. Mesmo envolvendo um Direito Social, a categoria de mesmo nome não poderia ser marcada, uma vez que a sociedade civil não é quem protagoniza a ação. Esta categoria recebe o peso um e meio (1,5) em função da sua amplitude, em relação a quantidade de sujeitos envolvidos.

#### B.9. Interesse Coletivo

Este valor-notícia indica a existência de um fato, que embora não possa ser indicativo de um interesse generalizado, ultrapassa a individualidade, pertencendo a um grupo, classe ou categoria que pode ser determinado. Aplica-se para conteúdos que tragam informações de interesse para uma coletividade específica e determinável. Na matéria, "Confirma os novos procedimentos do Seguro-Defeso" (Portal da Amazônia, 23/06/2015), por exemplo, temos um

conteúdo que ultrapassa o interesse individual, mas não atinge o geral e sim um coletivo facilmente determinável, o grupo de pescadores que fazem ou pretendem fazer parte do registro do Ministério da Pesca que concede o Benefício.

#### B.10. Interesse Individual

Este valor se aplica a fatos que interessam apenas aos sujeito envolvidos, mas ganham potencialidade jornalística e interesse público ao serem de alguma forma representativos para sujeitos não envolvidos. A subcategoria deve ser sinalizada pra fatos e acontecimentos que mesmo sendo específicos de um indivíduo poderiam acontecer a outros ou para questões que mesmo sendo de interesse individual tem elevado interesse humano ou excepcionalidade.

Em "Menino de 10 anos encontra homem que salvou sua vida ao doar medula" (Produção T, 12/06/2015), por exemplo, o encontro narrado dizem respeito apenas aos envolvidos, mas inclui outros elementos, que qualificam-no para se tornar notícia, como em alguma medida o estímulo a doação, mesmo que não trabalhada diretamente na matéria. Por não ter relação imediata com o interesse público, esta categoria é penalizada correspondendo a um peso menor do que as demais (0,5).

Item C	Categoria: <b>PROPORCIONALIDADE</b>		<b>Descrição:</b> Peso relativo do fato em relação a um universo de referência considerado.
			<b>Objetivo:</b> Avaliar de forma diferenciada fatos de maior ou menor importância/significação através da sua comparação com o universo de referência considerado.
			<b>Medição:</b> Escala de 0 a 1: 0 para o fato insignificante em relação ao universo considerado; 1 quando o fato que abarca significativamente o universo considerado é central na matéria; 0,5 quando secundário.
	Peso	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> Estimular uma visão ampla da realidade que conecte os acontecimentos à conjuntura de que faz parte.
Item C.1	Sub-Categoria: <b>Proximidade</b>		<b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador do grau de vizinhança, identificação, entre as pessoas protagonistas do fato e a audiência/sociedade. Pode ser geográfica, cultural e grupal.
			<b>Aplicação:</b>

		<p>Para fatos que carreguem alguma relação de pertencimento entre pessoas ou grupos nele envolvidos e a audiência/sociedade.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Diferenças regionais são objeto de análise.</i> O tema diferenças regionais interessa, por tocar a todas as regiões, as pessoas, pois estas se sentem próximas do tema. Nesse caso, a identificação precisa ser fortemente associada a uma referência nacional.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) O carnaval é um tema que une o país.</i> O carnaval é um aspecto cultural fortemente vinculado a cultura de grandes centros, mas não representa, efetivamente, algo que sensibiliza a todos igualmente. Apelo nacional fraco ou um regional forte, com alguma identificação nacional.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p> <p>Não se aplica – 0</p>
		<p>Objetivo: Avaliar a relevância a partir do grau de identificação e vizinhança do fato para a audiência/sociedade.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p><b>1</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> A proximidade de um fato atrai interesse e se justifica valor-notícia.</p>
Item C.2.	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Excepcionalidade</b></p>	<p>Descrição: Valor-notícia indicador de raridade, originalidade, infrequência com que um fato ocorre.</p> <p>Aplicação: Para fatos que se caracterizem pela excepcionalidade do ocorrido.</p> <p><b>Pontuação:</b></p> <p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Rodovia mais segura tem três acidentes graves.</i></p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Acidentes de carro no feriadão reduzem em relação ao ano anterior, após cinco anos seguidos de aumentos no número de acidentes.</i> A ênfase é dada na redução, e a excepcionalidade é registrada secundariamente.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>

		<b>Objetivo:</b> Avaliar a raridade, originalidade, infrequência com que um fato ocorre.
	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>
		<b>Justificativa:</b> A sub-categoria recebe destaque na pontuação em função da sua natureza pouco comum.
<b>Item C.3.</b>	Sub-Categoria: <b>Proeminência</b>	<p><b>Descrição:</b> Valor notícia indicador do grau de destaque do objeto do fato em relação ao universo de referência. Pode ser aplicado para pessoas, lugares, autoridades.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos no qual o fator proeminente compõe um aspecto central, secundário ou tangencial.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Presidente Dilma compareceu à creche para uma visita a crianças carentes.</i> Pessoa de proeminência nacional ou internacional. <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Índice de violência mantém estável em todo o país, mas no RJ diminui.</i> O Rio é secundário na matéria, pois o foco é a violência no país. Representatividade poderia ser o central. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Destacar pessoas, lugares, organizações (entre outros), que sejam notórios em um universo de referência.</p>
	<b>Peso</b>	<b>1</b>
		<b>Justificativa:</b> Pessoas, lugares e organizações proeminentes (entre outros) tendem a despertar interesse, além de em alguns tipos de proeminência estar em posições privilegiadas para a obtenção de informações e para a constituição de opiniões.
<b>Item C.4.</b>	Sub-Categoria: <b>Extensão do fato</b>	<p><b>Descrição:</b> Valor notícia indicador do desenrolar do fato (numa escala temporal) em relação ao acontecimento, sem vínculo direto com conclusão ou definição do fato. Como o fato é grande, torna-se necessário acompanhar cada momento de sua concretização. Ainda marcado por indefinições ou definições provisórias</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos que, quando ocorridos, ajudam a construir ou a completar a configuração final do acontecimento.</p> <p><b>Pontuação:</b></p>

		<p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>Comitê da Copa 2014 se reúne para avaliar próximos passos.</i> Este é mais um fato que contribui para a materialização do grande fato, a copa; b) <i>Polícia vai fazer acareação entre acusados para analisar coerência das versões apresentadas.</i> A acareação é mais um fato no universo da fato maior.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>A versão mais aceita para o crime foi descartada pela polícia, graças ao resultado da acareação entre os acusados.</i> Neste caso, a acareação, um fato que contribui para o desenrolar da investigação, é secundária em relação ao foco central, o descarte da versão mais aceita.</p> <p>Diferença entre Extensão do fato e Grau de consumação: o primeiro não implica nenhum tipo de definição parcial ou total. O segundo, sim.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> Acompanhar o desenrolar de um acontecimento que não se encerre em uma única ocorrência, dando a dimensão do seu desenrolar cronológico.</p>
	<p><b>Peso</b></p>	<p><b>1</b></p>
		<p><b>Justificativa:</b> Fatos prolongados continuam despertando interesse e precisão ser acompanhados, a fim de serem retratado como um todo dotado de sentido, possuidor de começo, meio e fim.</p>
Item C.5.	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Impacto/quantidade</b></p> <p><b>e</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador de aspectos quantitativo – em nível absoluto ou percentual - que caracterizam o fato, aplicável a pessoas, bens, dinheiro, etc.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos cujo fator quantitativo constitui um aspecto central, secundário ou tangencial.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>Mais de 500 famílias estão desabrigadas em função das chuvas de verão.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: a) <i>Donativos estão sendo coletados em todo o país para ajudar os mais de 500 desabrigados pelas chuvas de verão.</i> Neste caso, a quantidade de pessoas é secundária em relação à ação central. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> Ressaltar a dimensão absoluta ou percentual de um fato</p>

	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>	<b>Justificativa:</b> A sub-categoria tem sua pontuação acrescida, uma vez que a dimensão numérica traz destaque para o conteúdo, na sua relação com o todo.
<b>Item C.6.</b>	Sub-Categoria: <b>Representatividade</b> <b>e</b>		<p><b>Descrição:</b> Capacidade que o fato objeto tem de ilustrar ou abarcar de modo significativo o universo de referência, numa escala espacial.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos singulares que possam expressar o sentido do universo de referência.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Seu José está com um empréstimo consignado que não solicitou. Como ele, tem mais cerca de 120 mil pessoas no país, vítimas de um golpe.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Polícia federal prende golpistas que lesavam aposentados com empréstimos de crédito consignado. O ponto central é a prisão, mas a representatividade do crime pode ser considerada secundária.</i> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Sinalizar fatos que através de uma ocorrência pontual ilustram um universo geral de referência</p>
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> Pontuar fatos que tragam uma dimensão de exemplo que auxilie a compreensão de um todo.
<b>Item C.7.</b>	Sub-Categoria: <b>Grau de</b> <b>consumação</b>		<p><b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador do grau de definição de um fato para um acontecimento.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos que definem um acontecimento, para além de uma definição provisória.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Último estádio da copa fica pronto. Uma série de obras podem ser consideradas encerradas e concluídas com a finalização da última, que estava pendente.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Mais um estádio da copa fica pronto. Agora, só faltam dois para todos os palcos dos jogos estarem concluídos. A conclusão de mais uma obra caracteriza uma etapa vencida, mas que ainda não foi finalizada em sua totalidade.</i> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>

		<p><b>Objetivo:</b> Etapas factuais de um fato maior. Etapas significativas que concorrem para a consumação do fato final – o universo de referência a ser considerado.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> A finalização ou consumação de um fato, medida ou acontecimento implica a alteração ou solidificação das situações em desenvolvimento.</p>
<p><b>Item</b> C.8.</p>	<p>Sub-Categoria:</p> <p><b>Intensidade</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Valor-notícia indicador da relação entre frequência/força/quantidade, num dado espaço de tempo.</p> <p><b>Aplicação:</b> Para fatos que expressem uma quantidade em relação a um tempo.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Mais de vinte mil pessoas vão passar pela rodoviária nas próximas cinco horas para viajar a seus destinos de reveillon.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) O governo vai adotar medidas para conter os atrasos nos voos e não prejudicar os passageiros. Estima-se que no período entre natal e reveillon, mais de um milhão de pessoas vão viajar de avião. O ponto central são as medidas do governo, mas motivadas pela intensidade de circulação de pessoas nos aeroportos.</i> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> A dimensão numérica em relação a um período traz destaque para o conteúdo, na comparação com outros períodos.</p>
		<p><b>Objetivo:</b> Destacar a intensidade de um fato em um dado período.</p>

<p><b>Item</b> D</p>	<p>Categoria:</p> <p><b>POTENCIAL IMPACTO PÚBLICO (PIP)</b></p>	<p><b>Descrição:</b> Grau potencial de o fato provocar consequências práticas na vida das pessoas. Aplicado a matérias que possam efetivamente provocar, estimular, solicitar uma mudança de comportamento ou ação nas pessoas.</p> <p><b>Objetivo:</b> Dar conhecimento a acontecimentos e fatos cuja ocorrência provoca consequências nas vidas das pessoas, sendo necessários em alguns casos para orientar ações.</p>
--------------------------	---	---

	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> O atendimento ao requisito do Potencial Impacto Público possui uma relação simbiótica com a relevância, uma vez que valoriza o fato justamente partir dos efeitos que ele é capaz de gerar.
Item D.1.	Sub-Categoria: <b>Risco</b>		<p>Descrição Para matérias que alertem sobre riscos aos quais pessoas ou populações possam estar correndo.</p> <p>Objetivo: Alertar autoridades e pessoas em risco potencial para as medidas preventivas cabíveis a fim de minimizar a materialização do dano iminente consequência do risco.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Corpo de bombeiros faz vistoria em casas noturnas para avaliar o cumprimento das normas de segurança.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Matéria divulga festa e informa que a casa de show foi vistoriada pelo corpo de bombeiros e aprovada.</i> O ponto central é a divulgação da festa, mas a informação da segurança é um adicional para inclusive tranquilizar os eventuais interessados. Mas, a matéria não foi projetada com a intenção de informar a segurança da boate. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Dar conhecimento de riscos aos quais as pessoas possam estar correndo, em geral apresentando ações preventivas capazes de anular o risco.</p>
	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>	<b>Justificativa:</b> A ação ganha destaque na pontuação em virtude da relevante ação de inviabilizar que uma situação de risco se contretize.
Item D.2.	Sub-Categoria: <b>Preparação</b>		<p>Descrição: Ações preparatórias com vistas à consecução de um fato prenunciado.</p> <p>Objetivo: Indica a necessidade de organização e envolvimento para influencias ou acompanhamento de decisões futuras.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Audiências públicas discutem proposta de Plano Diretor Urbano, a ser apreciada pela Câmara de Vereadores.</i> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Movimentos populares criticam proposta de plano diretor e baixa participação da população nas audiências públicas.</i> O ponto central é a crítica ao projeto, mas secundariamente é feita menção ao processo</p>

		preparatório. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
		<b>Objetivo:</b> Dar conhecimento de ações que estão prestes a se iniciar e que demandam atenção da população para o seu desenvolvimento.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>
		<b>Justificativa:</b> A ação a destacar em virtude da importância da participação social ou do acompanhamento de questões que potencialmente tragam impacto.
Item D.3.	Sub-Categoria: <b>Desdobramentos/ Consequências</b>	<p>Descrição: Grau de implicação de um fato em outros fatos. Pressupõe uma marca de relação necessária entre um fato novo e um anterior.</p> <p>Aplicação:</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) O tráfego na rodovia João Bebe Água ficou interrompido em consequência da inundação do rio.</i> Nesse caso, a inundação gerou uma interrupção do transporte como desdobramento. A ênfase da matéria deve ser, nesse caso, na interrupção do tráfego. <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) As fortes chuvas que causaram alagamento e desabamentos em vários pontos, provocaram também a interrupção do tráfego na rodovia João Bebe Água.</i> O ponto central é o alagamento e desabamento provocados pelas chuvas, mas secundariamente é feita menção à interrupção do tráfego. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<b>Objetivo:</b> Indicar como um fato impacta em outros.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>
		<b>Justificativa:</b> A ação ganha destaque por estimular a percepção do impacto relacional, indicando que uma ação pode não só se desdobrar em si, mas também repercutir em outros elementos da realidade .
Item D.4.	Sub-Categoria: <b>Deliberação/decisão/definição</b>	<p>Descrição: Fato que decide uma situação, com um grau de segurança capaz de gerar uma estabilidade conjuntural ou estrutural.</p> <p>Aplicação:</p> <p><b>Objetivo:</b> Indica uma definição clara e precisa de uma situação.</p> <p><b>Pontuação:</b></p>

		<p><b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Governo aumenta IPI de produtos importados a partir de 01 de janeiro de 2012.</i> A decisão está tomada e passará a vigorar.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Várias empresas importadoras de produtos industrializados se mobilizam para entrar na justiça contra a decisão do governo de elevar o IPI.</i> O ponto central é a crítica das empresas (ponto central, desdobramento), mas secundariamente é feita menção ao motivo, a decisão do governo.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> Sinalizar para fatos que decidem questão relevante e potencial geradora de impacto público</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1,5</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> A ação ganha destaque, inclusive no peso comparado com as demais sub-categorias, por trazer uma definição sólida, resultando em uma modificação ou permanência representativa para a vida das pessoas.</p>
Item D.5.	Sub-Categoria:	<p><b>Descrição:</b> Grau de mudança provocada POR um fato.</p>
	<b>Mudança/transfor mação</b>	<p><b>Aplicação:</b> <b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Vendas de carros importadas caem, após vigência das novas taxas de IPI.</i> Uma situação se transformou, de subida para queda nas vendas. <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Empresas importadores protestam contra aumento no IPI, que provocou queda nas vendas de seus produtos.</i> O ponto central é o protesto (desdobramento), mas secundariamente é feita menção à mudança na quantidade das vendas. <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
		<p><b>Objetivo:</b> Alteração no andamento habitual dos fatos provocado por uma ação anterior por uma ação anterior.</p>
	<p><b>Peso</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1</b></p>	<p><b>Justificativa:</b> Ações que merecem destaque não só por representarem um rompimento com o habitual, mas também por estimular a percepção lógica de causa e consequência.</p>
Item D.6.	Sub-Categoria:	<p><b>Descrição:</b> Grau de impasse em torno de um fato.</p> <p><b>Pontuação:</b> <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Bancários entram em greve após fracasso nas negociações com banqueiros.</i> O</p>
	<b>Conflito</b>	

			<p>diálogo terminou e a divergência levou a um ponto de tensão entre as partes.</p> <p><b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> Por exemplo: <i>a) Clientes de bancos ficam sem pagar contas, em decorrência da greve dos bancários.</i> O ponto central é um desdobramento, mas o conflito, como causa, pode entrar com valor-notícia secundário.</p> <p><b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<p><b>Objetivo:</b> Indica grau de falta de acordo/discordância entre atores sociais.</p>
	<b>Peso</b>	<b>1,5</b>	<p><b>Justificativa:</b> Fato que merece destaque por chamar a atenção para questões de impacto público que não consensuais e por isso precisam de atenção e, algumas vezes, de posicionamento da população.</p>

Item E	Categoria:		<b>Descrição:</b>
	<b>INTERESSE HUMANO</b>		Situações que envolvam aspectos de apelo emocional, na qual existam sempre um ou mais personagens que ilustram ou experimentam tal situação.
			<b>Objetivo:</b>
			Equilibrar a produção jornalística trazendo distensão para o conteúdo, através de assuntos, em geral, leves e agradáveis.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b>
			A cognição humana não pode estar tensa o tempo todo, assim como as produções jornalísticas não podem limitar-se a questões duras e complexas.
Item E.1.	Sub-Categoria:		<b>Descrição:</b>
	<b>Superação /Sucesso</b>		Ações de superação e sucesso, de pessoas que, apesar de inúmeras ou grandes dificuldades, conseguem se destacar no ambiente em que vivem.
			<b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
			<b>Objetivo:</b> Trazer situações inspiradoras e surpreendentes de superação e/ou sucesso.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> A sub-categoria se justifica por trazer não só inspiração e exemplos positivos, mas também leveza para a edição.

Item E.2.	Sub-Categoria: <b>Drama/Tragédia</b>		<p>Descrição: Situações de profundas adversidades e sofrimentos experimentadas por pessoas. <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<b>Objetivo:</b> Destacar situações de adversidade e sofrimento
	<b>Peso</b>	<b>1,3</b>	<b>Justificativa:</b> A sub-categoria ganha destaque na pontuação, em relação aos outros valores-notícia que compõem a categoria interesse humano pela potencialidade de gerar empatia e comoção.
Item E.3.	Sub-Categoria: <b>Problemas de saúde crônicos</b>		<p>Descrição: Problemas de saúde enfrentados pelas pessoas, desde os incomuns até os que são endêmicos ou epidêmicos, exigindo atenção especial. Matéria centrada no problema e em eventuais esforços feitos para buscar um tratamento ou cura. <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<b>Objetivo:</b> Mostrar problemas de saúde destacáveis por seu caráter excepcional ou pelo seu grau epidêmico, buscando reforçar esforços para cura ou busca por tratamento.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> O valor-notícia se justifica pela atenção à questões de saúde ao melhoramento.
Item E.4.	Sub-Categoria: <b>Curiosidade</b>		<p>Descrição: Assunto que aborda algum aspecto curioso sobre qualquer tema ou fato. <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b></p>
			<b>Objetivo:</b> Trazer leveza á edição a partir da descrição de fatos e situações curiosas.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> A sub-categoria se justifica por trazer divertimento e leveza para a edição.

Item E.5.	Sub-Categoria: <b>Inusitado</b>		Descrição: Assunto de caráter anedótico, inesperado.  <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
			<b>Objetivo:</b> Trazer leveza á edição a partir da descrição de fatos e situações Inusitadas.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> A sub-categoria se justifica por trazer divertimento e leveza para a edição.
Item E.6.	Sub-Categoria: <b>Inversão</b>		Descrição: Fato ou situação que ocorre o contrário do que era para ocorrer.  <b>Sim – 1 ponto, se central na matéria.</b> <b>Sim – 0,5 ponto, se secundário na matéria.</b> <b>Sim – 0,1, se periférico na matéria.</b>
			<b>Objetivo:</b> Trazer leveza á edição a partir da descrição de fatos e situações inesperadas, em que ocorre o inverso do que se espera.
	<b>Peso</b>	<b>1</b>	<b>Justificativa:</b> Valor clássico do jornalismo, se justifica por trazer divertimento e leveza para a edição.