

Avaliação de Qualidade na Agência Brasil

**- Condições de produção, Interfaces para o público
e Monitoramento de reportagem -**

Relatório Final da Pesquisa

Rogério Christofolletti (UFSC) – Coordenador
Josenildo Luiz Guerra (UFS) – Pesquisador
Maria José Baldessar (UFSC) – Pesquisadora
Samuel Pantoja Lima (UnB/UFSC) – Pesquisador

Florianópolis, 26 de junho de 2012

*Esta é a **segunda versão** do Relatório de Pesquisa, após rápida apresentação dos resultados na reunião ordinária do Conselho Curador da EBC, em 25 de abril de 2012, levando em consideração ainda apontamentos de membros da Câmara Temática de Jornalismo e Esportes, que debateram o documento no dia 23 de maio de 2012*

Índice

1. Introdução | p.5
2. Qualidade e jornalismo público | p.9
3. A Agência Brasil dentro da EBC | p.14
 - 3.1 Aspectos organizacionais | p.14
 - 3.2 Elementos para um perfil da Agência Brasil | p.15
 - 3.2.1 Dados do Plano de Trabalho 2012 e Relatório de Atividades 2011 | p.16
 - 3.2.2 A estrutura de Pessoal e Administrativa da ABr | p.19
 - 3.2.4 A qualidade no Novo Manual de Jornalismo da EBC | p.21
 - 3.3 Avaliação da Qualidade das Condições de Produção | p.23
 - 3.4 Considerações preliminares | p.88
4. O site da Agência Brasil | p.93
 - 4.1. Características do Jornalismo Online e as premissas de Nielsen | p.93
 - 4.2. Aspectos metodológicos | p.97
 - 4.2.1. Análise de dados | p.98
 - 4.2.2. Análise das seções encontradas na barra superior localizada na Área 1 | p.104
 - 4.2.2.1. Pesquisa | p.104
 - 4.2.2.2. Últimas notícias | p.105
 - 4.2.2.3. Galeria de imagens | p.105
 - 4.2.2.4. Arquivos de notícias | p.106
 - 4.2.2.5. Reportagens especiais | p.107
 - 4.2.3. Análise das editorias | p.108
 - 4.2.3.1. Cidadania | p.112
 - 4.2.3.2. Economia | p.112
 - 4.2.3.3. Educação | p.112
 - 4.2.3.4. Justiça | p.112
 - 4.2.3.5. Meio ambiente | p.113
 - 4.2.3.6. Internacional | p.113
 - 4.2.3.7. Política | p.114
 - 4.2.3.8. Saúde | p.114
 - 4.2.3.9. Nacional | p.114
 - 4.2.3.10. Esporte | p.115
 - 4.2.3.11. Cultura | p.115
 - 4.2.3.12. Pesquisa e inovação | p.115
 - 4.2.4. Coleta de dados | p.116
 - 4.3. Considerações preliminares | p.119
5. Monitoramento de processos jornalísticos | p.121
 - 5.1 Aspectos introdutórios | p.121
 - 5.2 Fundamentação teórica | p.122
 - 5.2.1 Aspectos teóricos da gestão da qualidade aplicada ao jornalismo | p.122
 - 5.2.2 Papéis do jornalismo em sociedades democráticas | p.126
 - 5.3 Apresentação dos resultados | p.130
 - 5.3.1 Metodologia para obtenção dos dados | p.131
 - 5.3.1.1 Pesquisa documental: orientações de qualidade presentes nos documentos | p.131

5.3.1.1.1	- Em relação a Estratégias e Planos	p.132
5.3.1.1.2	- Em relação à Audiência e Sociedade	p.133
5.3.1.1.3	- Em relação a Informação e Conhecimento	p.135
5.3.1.1.4	- Em relação à Realização do Produto e dos Processos	p.135
5.3.1.1.5	- Medição, análise e melhoria	p.136
5.3.1.2	Mapeamento dos processos	p.138
5.3.1.2.1	Estratégias e Planos	p.140
5.3.1.2.2	Audiência e Sociedade	p.141
5.3.1.2.3	Informação e conhecimento	p.142
5.3.1.2.4	Realização do produto e dos processos	p.143
5.3.1.2.5	Medição, análise e melhoria	p.151
5.3.1.3	Análise de conteúdo	p.152
5.3.1.3.1	Análise de conteúdo para verificação do indicador “diversidade”	p.153
5.3.1.3.2	Análise de conteúdo para verificação dos indicadores “políticas públicas” e “pluralidade”	p.153
5.4	Análise e discussão dos dados	p.170
6.	Considerações finais: 41 recomendações à Agência Brasil	p.175
6.1	Recomendações à Agência Brasil: condições de produção	175
6.2	Sugestões para potencializar o funcionamento do site	176
6.3	Recomendações para os processos jornalísticos	179
7.	Referências bibliográficas	p.184
8.	Apêndices	p.188

1. Introdução

Apresentamos a seguir o **Relatório Final** da pesquisa “**Avaliação da Qualidade na Agência Brasil - Condições de produção, Interfaces para o público e Monitoramento de reportagem**”, desenvolvida entre outubro de 2011 e março de 2012 por uma equipe de dezesseis pesquisadores de três diferentes instituições de ensino superior brasileiras.

A pesquisa atende a uma demanda da Câmara Temática de Jornalismo e Esportes do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) que, no final de 2009, sugeriu a realização de estudo que averiguasse qualidade e processos internos da Agência Brasil (ABr). A exemplo de duas pesquisas já realizadas – sobre a qualidade na TV Brasil e sobre a programação televisiva infantil -, a intenção da investigação é contribuir para o aperfeiçoamento de produtos e serviços na agência de notícias da EBC.

Neste sentido, em fevereiro de 2011, pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade de Brasília (UnB) e Universidade Federal de Sergipe (UFS) apresentaram uma proposta ao Conselho Curador, aprovada quatro meses depois.

Em setembro, foi celebrado Termo de Cooperação entre EBC e UFSC, prevendo período de seis meses para a realização da pesquisa e alocação de R\$ 74.100,00 (setenta e quatro mil e cem reais) para pagamento de bolsas de pesquisa, contratação de serviços e custeio do projeto. A fim de gerenciar os recursos, em outubro de 2011, foi celebrado o contrato nº 189/2011 entre a UFSC e a Fundação de Amparo à Pesquisa e Extensão Universitária (Fapeu).

Antes de entrar propriamente na apresentação da pesquisa, é necessário fazer três importantes observações sobre o escopo da presente pesquisa, essenciais inclusive à correta interpretação dos resultados aqui apresentados:

- 1) Este trabalho é baseado em pesquisa realizada pela Renoi/Unesco, que oferece os parâmetros e referenciais de abordagem da qualidade aplicada a organizações jornalísticas, cujo objetivo foi desenvolver, mesmo que conceitualmente, ferramentas e metodologias de avaliação de qualidade editorial, haja vista que os instrumentos existentes, em regra, ainda carecem de reconhecimento justamente pela diversidade de metodologias, pouca clareza sobre os critérios empregados e ausência de uma cultura de avaliação editorial no setor jornalístico;
- 2) Em conseqüência, assim como a pesquisa de base da qual deriva, o presente estudo se esforça para construir uma visão inovadora sobre a gestão da qualidade editorial no jornalismo, cujo esforço não raro se confronta com valores organizacionais e profissionais estabelecidos, num saudável exercício de revisão,

atualização e reafirmação, quando necessário, dos padrões vigentes no meio profissional;

- 3) O estudo realizado na ABr aponta a existência de situações consideradas insuficientes ou aquém do desejável nos processos organizacionais, mas, em nenhum momento, tais críticas são direcionadas a pessoas ou profissionais, do que resulta imprópria portanto qualquer eventual avaliação de desempenho de natureza individual; o foco da análise é voltada para os valores organizacionais e a forma de gestão do trabalho com vistas a atingir tais valores;

Feitas essas observações para a compreensão geral do escopo do estudo, vai se apresentar então sua estrutura geral.

Os pesquisadores iniciaram suas atividades no início de outubro de 2011 e concluíram no final de março de 2012, tendo como objetivo principal “contribuir para a implantação de um sistema de controle de qualidade do jornalismo da agência baseado no diagnóstico de três eixos”.

Como o tema da Qualidade no Jornalismo é muito amplo e pouco discutido no mercado e na academia, a equipe de pesquisadores fez um recorte, restringindo a abordagem em três aspectos:

- a) as condições de produção dos conteúdos na Agência Brasil, com destaque para os recursos humanos, equipamentos, instalações, logística e sistemas (Eixo 1);
- b) as interfaces do site da Agência Brasil, com destaque às características e recursos que o público tem acesso quando se conecta à agência de notícias (Eixo 2);
- c) monitoramento da reportagem, com destaque para os instrumentos de gestão de qualidade da ABr para a sua produção cotidiana (Eixo 3).

A equipe de pesquisadores entende que articulados e coordenados, esses eixos permitem uma visão mais ampla da agência, já que se debruça sobre o funcionamento e seus processos.

Na reunião do Conselho Curador de 25 de abril de 2012, e na da Câmara de Jornalismo, de 23 de maio, foi manifestado pelo presidente da EBC e por alguns conselheiros que a pesquisa deveria se deter à avaliação dos conteúdos produzidos e distribuídos pela ABr. Esta pesquisa não executou uma análise do conteúdo por duas razões claras: a) tal etapa não estava prevista no projeto submetido, aprovado e contrato pela EBC; b) a equipe de pesquisadores entende que é mais válido, perene e útil para a EBC um diagnóstico que permita operar mudanças não apenas no conteúdo, mas na forma como ele é gerado e difundido.

Neste sentido, a articulação dos três eixos de análise da pesquisa ajudam a compor uma visão mais ampla da ABr, oferecendo aos seus gestores elementos para aperfeiçoar o funcionamento da agência, o que inevitavelmente vai repercutir nos seus conteúdos.

Como é da natureza de projetos científicos, os objetivos de uma pesquisa estão diretamente ligados às escolhas metodológicas e tais articulações vão ter desdobramentos nos resultados obtidos. O objetivo é um horizonte a ser alcançado, a metodologia é o conjunto de elementos que permite o pesquisador chegar ao seu alvo, onde poderá fazer um balanço do que ficou do percurso.

Neste sentido, estabelecido o objetivo da pesquisa – avaliar a qualidade da Agência Brasil – e definidas as formas de abordagem do tema – os três eixos -, parte-se para as escolhas das técnicas mais apropriadas para cercar o objeto de estudo. Por ser complexo e multifacetado, o objeto exigiu a combinação de técnicas que, associadas, permitiriam colher o maior número de dados para compor um diagnóstico da ABr. Assim, foram analisados documentos da EBC e da agência, foram entrevistados três grupos distintos de atores (funcionários e gestores) e foram avaliados recursos, ferramentas, sistemas e dispositivos do site da ABr. A bibliografia nacional e internacional atinente ao tema foi consultada, bem como foram feitas visitas técnicas às dependências dos veículos da EBC, e elaborados relatórios de observação. Outras consultas informais para complementação de dados foram realizadas em diferentes momentos da pesquisa.

As técnicas de pesquisa combinadas não geraram um relatório que faz uma medição essencialmente quantitativa. Este Relatório Final oferece um diagnóstico com elementos qualitativos e quantitativos: descreve e avalia as condições de produção da Agência Brasil; caracteriza e analisa a usabilidade, a funcionalidade, a multimídia e a interatividade do site da ABr; detalha, comenta e critica os instrumentos e os elementos que poderiam compor uma política de qualidade da agência. Este Relatório Final é propositivo e faz recomendações práticas e articuladas a cada um dos eixos abordados.

Durante seis meses, quatro pesquisadores acompanharam e supervisionaram os trabalhos de outros doze assistentes de pesquisa na coleta, sistematização e análise das informações. As equipes atuaram simultaneamente em Florianópolis, Brasília e Aracaju. Em Santa Catarina, estavam o coordenador do projeto e os responsáveis pelos eixos 1 e 2; em Sergipe, operaram o responsável pelo Eixo 3 e um assistente de pesquisa; e no Distrito Federal, dois assistentes coletaram dados junto à EBC e ABr. Reuniões entre os responsáveis pelos eixos e os assistentes de pesquisa aconteciam com frequência semanal. Sistemas de comunicação entre os participantes foram amplamente utilizados ao longo do período de maneira a coordenar as ações. Ao longo do período, foram trocados mais de 1,3 mil mensagens eletrônicas na equipe, realizadas dezenas de reuniões presenciais dos eixos e produzidos dois documentos – este Relatório Final da pesquisa e outro de atividades e prestação de contas -, ultrapassando 200 páginas.

Dois problemas dificultaram o trabalho da equipe: a raridade de registros de alguns procedimentos e a pouca cooperação de alguns atores para responder questionários e formulários

eletrônicos para obtenção de dados.

Por conta da primeira dificuldade, não foi possível ter acesso, por exemplo, aos planos editoriais da Agência Brasil, previstos na gestão de Eugênio Bucci à frente da EBC. No eixo de monitoramento de processos jornalísticos, esses itens seriam muito relevantes em termos de dados.

Já a pouca cooperação de alguns depoentes atrasou a coleta de dados para os eixos de condições de produção e monitoramento de processos, bem como restringiu a uma quantidade não totalmente desejada de depoimentos/dados.

Estas dificuldades, porém, não chegaram a inviabilizar a pesquisa, mas aumentaram as preocupações da equipe no que tange o tratamento dos dados. A equipe concorda com um dos conselheiros que recomendou em reunião que as próximas pesquisas sejam avaliadas “pelo menos duas vezes ao longo do processo pela respectiva Câmara Temática”. Neste caso, não houve esta preocupação ou movimento, mas iniciativas deste tipo tendem a afinar mais os instrumentos dos pesquisadores e a aproximar mais os interesses dos financiadores da pesquisa do percurso da equipe de investigadores.

As próximas páginas descrevem os métodos de trabalho adotados pela equipe, bem como discutem os resultados obtidos no processo de compreensão da estrutura e funcionamento da ABr. Ao final, são elencadas proposições práticas, de forma a contribuir para o aprimoramento de procedimentos, a adoção de novos padrões de qualidade e o ajuste de práticas que prejudicam o avanço do bom trabalho da ABr.

2. Qualidade e jornalismo público

A proposta para esta pesquisa foi apresentada ao Conselho Curador da EBC iniciada com uma afirmação que mesclava uma necessidade técnica e um desejo político: “A Agência Brasil precisa de uma política de qualidade”. A urgência técnica embute o entendimento de que produtos e serviços precisam apresentar graus mínimos de qualidade, independente de sua natureza ou formas de produção, controle e difusão. O anseio de caráter político está ancorado na perspectiva de que o serviço público também deve buscar patamares superiores de excelência, atendendo às demandas da sociedade e cumprindo um papel constitucional, legítimo e estratégico para os desenvolvimentos social e humano.

Quando os propositores desta pesquisa reivindicaram uma política de qualidade para a ABr, estava no horizonte a ideia de que isso é factível e necessário para avançar nos esforços que o Estado vem envidando nos últimos anos para a construção de canais públicos de comunicação. Desde 2003, a sociedade brasileira assiste a um lento processo de concepção, convencimento e implantação de um sistema que não reproduza as práticas comunicativas históricas de caráter estatal e governista.

A concepção de um sistema de comunicação público vai da ruptura com culturas organizacionais acomodadas há décadas e do enfrentamento direto a feudos conservadores à transformação da antiga Radiobrás na Empresa Brasil de Comunicação (EBC)¹.

O convencimento é necessário para pavimentar as vias de concepção do novo e abrir caminhos diante de inevitáveis resistências. Por isso, os atores envolvidos no projeto de criar um sistema público de comunicação no país vêm se digladiando há quase uma década com a grande mídia – que reage com ceticismo à proposta -, com a oposição – que, naturalmente, questiona o empreendimento – e com outros tantos setores da sociedade que sentem seus interesses ameaçados em maior ou menor grau.

Paralelamente a conceber e convencer, é preciso construir. Daí que implantar uma nova cultura interna que acredite na ideia da comunicação pública e instituir novas práticas produtivas é tão importante quanto inaugurar mais canais de comunicação, expandir serviços e fortalecer a estrutura já existente.

Embora o serviço público funcione numa lógica bem distinta da iniciativa privada, que opera no terreno da competitividade e livre concorrência, ele não pode simplesmente ignorar valores que são comungados por toda a sociedade, entre os quais a qualidade e a eficiência. No caso específico de atuação no setor da comunicação, o atendimento a esses parâmetros alcança contornos

¹ Um alentado relato sobre esse processo no período 2003-2007 está em Bucci (2008).

que transcendem as triviais relações de consumo, já que são mobilizados nesse ramo aspectos fundamentais para a formação do imaginário coletivo, para a constituição da identidade do sujeito individual e do corpo social, e para a tomada de decisões em vários graus de complexidade. Isto é, veículos de comunicação não apenas informam, mas ajudam a formar a mentalidade da sociedade e suas bases valorativas; e contribuem também para o abastecimento da agenda social.

Consagrado internacionalmente em convenções e documentos de instituições multilaterais, o direito à comunicação é estratégico para a manutenção dos regimes democráticos e para a disseminação e promoção de outros tantos direitos dos cidadãos. Comunicar-se e ter informações qualificadas, fidedignas e responsáveis é um direito, e por meio dele se pode ter acesso a direitos de primeiro, segunda e terceira geração.

A assunção por um Estado do conceito de Comunicação Pública para os seus canais de informação com a sociedade pode significar um primeiro passo certo para uma política democrática, progressista e conectada a valores como qualidade e eficiência. A EBC faz isso? A ABr encarna esse espírito? É prematuro responder, mas, a partir do momento em que os responsáveis pela comunicação se dispõem a enfrentar esse desafio torna-se imperativo aprofundar o debate em torno da ideia de construir um sistema público de comunicação para além das vontades de um governo ou de outro, e com o foco centrado nos interesses da sociedade.

É preciso reconhecer que existem diversos modelos de sistemas públicos de comunicação no mundo. Num dos mais recentes e amplos estudos, o coletivo Intervenções (2009) detalha seis concepções sobre “mídia pública” - elitista, educativa, pública não-estatal, pública como alternativa à mídia comercial, culturalista, aparelhos de estado – e avalia as experiências de treze países, inclusive o Brasil. Do ponto de vista conceitual, o coletivo sinaliza suas matrizes: “... como coletivo nos aproximamos da visão que prega a mídia pública como um espaço entre esses dois pólos [público e estatal] ao reservarmos centralidade à independência de mercados e governantes de plantão por meio de um controle democrático e participativo calcado na promoção de diferenciados e complementares mecanismos de participação” (*op.cit.*: 45-46).

À época do estudo comparativo – 2009 -, o coletivo Intervenções avaliava que o Brasil tinha um “embrião” de sistema público de comunicação, com o advento da EBC, mas reconhecia que naquele momento o “sistema público” ainda era uma “ideia ainda nebulosa, que se confunde com mídia estritamente estatal”. Passados três anos, é possível que esta imagem ainda permaneça. De qualquer maneira, não há como negar que a existência e manutenção de sistemas públicos de comunicação sejam benéficos a médio e longo prazos para a sociedade e a democracia. Em algumas situações, tal necessidade alcance patamares de estratégia de sobrevivência e estabilidade social: “em países como o Brasil, onde a hegemonia comercial e a concentração dos meios de comunicação

se tornaram anomalias, a existência de uma comunicação pública efetiva e bem desenvolvida se torna pré-requisito para a democracia” (*op.cit.*: 322).

Um sistema público de comunicação se apoia em algumas bases, sendo uma delas a produção de conteúdo informativo de interesse público e sua difusão, atendendo critérios sociais. Isto é, esses veículos se orientam a fazer um jornalismo diferente do guiado por interesses comerciais, abraçando a ideia de um “jornalismo público”.

Embora mais sedimentada em alguns países, a noção carece de maior nitidez. Rothberg (2011) ressalta que, apesar de muitos acreditarem na imediata correspondência entre os termos “jornalismo” e “público”, os dois conceitos precisam ser conectados por meio de iniciativas concretas e objetivas. Não há uma ligação direta e imediata entre eles, como se poderia supor. A advertência é bem apropriada a esta pesquisa já que Rothberg parte da análise de programas jornalísticos da BBC, empresa reconhecida e admirada mundialmente e uma evidente referência para a EBC². O autor observa também o chamado “jornalismo cívico”, levado a cabo em empreendimentos norte-americanos.

“Jornalismo público” sinalizaria práticas jornalísticas que se manifestam como serviço público, como um conjunto de procedimentos e cuidados que se orientam por um conjunto de valores jornalísticos que transcendem os interesses de grupos ou pessoas em particular. Conforme define Rothberg, “o jornalismo se torna público, no âmbito do sistema público de radiodifusão (...), quando adota a pluralidade e o equilíbrio como valores editoriais (...) essas são as qualidades de um jornalismo que pode contribuir para as pessoas perceberem a complexidade dos desafios envolvidos nos processos democráticos de definição e implementação de políticas públicas” (2011: p.197)

Como o jornalismo público remete muito à expressão “interesse público”, Rothberg recorre também a uma definição mínima³ desse valor central para a comunicação social: “é o interesse no desenvolvimento de uma sociedade nacional como um todo, na forma de distribuição generalizada de bem-estar” (*op.cit.*: 198).

Importante salientar: o autor reconhece que o jornalismo público pode ser produzido também fora da radiodifusão pública, como se deu com o chamado jornalismo cívico praticado nos Estados Unidos na década de 1990, com veículos mais envolvidos com as comunidades, “tanto para dar suporte à procura de soluções coletivas quanto para compartilhar o poder de definição de agenda” (*op.cit.*: 201). A ressalva pulveriza as possibilidades de produção e distribuição de conteúdos que atendam às demandas sociais mais extensas, reforçando finalidades públicas para os

2 Em entrevista ao coordenador da pesquisa, em janeiro de 2012, o presidente da EBC Nelson Breve afirmou que a empresa brasileira se mira nos serviços da análoga britânica, na alemã Deutsche Welle e na norte-americana PBS.

3 Para uma discussão mais ampla e aprofundada do conceito de “interesse público”, ver McQuail (2012), cujo estudo tem ao menos vinte anos, mas suas reflexões se mantêm atuais e abrangentes.

veículos de comunicação.

Como a EBC materializa esse jornalismo público em seus veículos é uma questão muito extensa para esta pesquisa. Como a empresa é a encarnação de um sistema público de comunicação no país e como se estrutura em diversos veículos, tal preocupação não deve abandonar o cotidiano de seus gestores e funcionários. O Novo Manual de Jornalismo⁴, da EBC, não é transparente quanto ao conceito de jornalismo público com o qual a empresa se dedica. Os valores que ela assinala se pautar indicam limites dessa atuação, mas as afirmações do documento são bastante genéricas e apoiadas em raciocínios circulares.

Na seção que orienta os jornalistas nas coberturas mais delicadas, a comunicação pública é colocada como “a razão de ser da EBC”. Em outros trechos, são lembrados o “caráter público dos veículos da EBC” e sua subordinação aos interesses da sociedade, dada a sua condição de “empresa pública de comunicação”. Vale reproduzir um trecho bastante emblemático da seção Princípios, Valores e Objetivos da EBC no Novo Manual:

A EBC considera que jornalismo é espaço público por onde são transferidas informações relevantes, com potencial para alterar a realidade, que se sucedem no tempo e no espaço, objeto de interesse da coletividade e abrangidos pelos seus critérios de cobertura. Essas informações têm de ser transmitidas com honestidade, fidelidade, precisão e responsabilidade. Devem ser mediadas por um processo ético, rigoroso, criterioso, isento, imparcial, sem preconceito e independente - na sua apuração, organização, hierarquização, aferição e difusão dos acontecimentos. Também é necessário que estejam acompanhadas de contextualizações e análises confiáveis e sejam apresentadas com linguagem clara, precisa e objetiva, que permita elucidação e esclarecimento de seus significados, de suas causas e de seus efeitos na sociedade. E, dessa forma, ofereçam aos indivíduos e sujeitos sociais melhores condições de agir e tomar decisões para transformar a realidade em benefício dos interesses coletivos.

Embora o termo “qualidade” não esteja explícito no trecho, ele subjaz aos resultados a que se quer chegar e habita a mentalidade de gestores do setor. Mas assim como “jornalismo público” é um conceito a ser preenchido de sentido, “qualidade” também o é.

Mesmo no setor privado da mídia, o tema da qualidade é tratado com maior afincamento só há pouco tempo, e muitas vezes de forma enviesada e sob a tutela do marketing. Apenas nas últimas décadas a temática da qualidade no jornalismo brasileiro vem ganhando espaço e ênfase, observando-se um nítido crescimento das práticas de análise e crítica da mídia nacional. Tais iniciativas visam ao aprimoramento de práticas e procedimentos, profissionais e veículos.

. Entretanto, se o assunto vem tendo maior relevo, a mudança de condutas, valores e métodos tem sido restrita. Isso se deve, entre outros fatores, a uma cultura profissional e empresarial

4 Antes da elaboração do Manual, a EBC produziu e publicizou seus princípios editoriais, que podem ser conferidos em <http://www.ebc.com.br/artigo/2011-08-16/ebc-prepara-manual-de-jornalismo-para-seus-canais-p%C3%BAblicos>

refratária à crítica e à própria inexistência de parâmetros consensuais do que significa qualidade no jornalismo brasileiro.

. Em 2009, a Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RenoI) e a Unesco desenvolveram uma pesquisa para formular parâmetros que permitissem uma avaliação da qualidade de meios de comunicação brasileiros. Intitulado “Indicadores da Qualidade da Informação Jornalística”, o estudo originou uma formulação conceitual sobre Qualidade no Jornalismo⁵, uma pesquisa com repórteres, editores e redatores⁶, outra com gestores das principais empresas do setor no país⁷, e uma matriz de avaliação da qualidade para a imprensa brasileira⁸.

. Concebido e formulado, mas ainda não testado, o sistema de avaliação gerado pela pesquisa RenoI-Unesco pode ser implementado em qualquer empresa jornalística brasileira. A proposta de pesquisa apresentada à ABr em 2011 visava aproveitar os conhecimentos acumulados no estudo RenoI-Unesco, acrescidos de novas preocupações, mais detidas na natureza e alcance da agência de notícias. Nos próximos capítulos, não apenas é reapropriada a matriz de indicadores de qualidade e aplicada na realidade da ABr, como também outros aspectos são cercados para que se compreenda como a agência pode ter uma política de qualidade de seus produtos e serviços.

⁵Ver Guerra (2010).

⁶Conferir Rothberg (2010).

⁷Christofoletti (2010).

⁸Cerqueira (2010).

3. A Agência Brasil dentro da EBC

3.1 Aspectos organizacionais

A Agência Brasil (ABr), portal noticioso da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), sucedeu a Empresa Brasileira de Comunicação (Radiobrás), que fora criada em 1975, mas desde sua origem já se propunha a ser uma empresa pública de comunicação, e não estatal ou de governo. Uma visão mais apurada, a partir de olhares dos profissionais que a fazem hoje, pode permitir que se perceba todos os trâmites, todas as peculiaridades, todos os detalhes de uma produtora de jornalismo financiada e legalmente subordinada ao Estado. É preciso, no entanto, verticalizar mais ainda o conhecimento para compreender como funcionam a distribuição de recursos, a hierarquização, a contratação de funcionários, a edição, a gerência de redação se quisermos entender o problema da qualidade jornalística dentro da ABr.

Será apresentado um pequeno perfil da ABr, apontando os problemas percebidos que afetam a qualidade de sua produção noticiosa. Isto é, responder a perguntas como: o que foram observados na ABr – seus procedimentos, sistemas, estrutura e funcionamento, além de seus profissionais -, o que tudo isso incide em termos de qualidade nos produtos e serviços oferecidos? Como a ABr se preocupa com qualidade no seu trabalho cotidiano? Qual o conceito de qualidade? Como a gerenciam?

Para chegar a esse fim, faz-se uma breve exposição sobre a EBC, quais são suas divisões internas e empresas subordinadas, entre elas estando a Agência Brasil (ABr). Nessa mesma linha, é exposto um panorama sobre a ABr, seus objetivos, editorias, quantidade de empregados e funcionamento. Descreve-se, por fim, qual o papel da Agência dentro da Empresa e como isso pode influenciar na produção de notícias e na qualidade destas mesmas.

Após essa visão geral, resgata-se um pouco da história da EBC, criada para substituir a antiga Radiobrás, e da ABr. Ambas tiveram, em tempos distintos, suas dificuldades e o conhecimento sobre esse percurso histórico pode ajudar a compreender melhor a situação atual e a sugerir soluções.

O relato dá conta ainda sobre as novidades estruturais e os planos futuros, baseados no Relatório de Atividades de 2011 e no Plano de Trabalho para 2012, lançados pela própria EBC, observando seus apontamentos e metas.

Dois tipos principais de fontes foram utilizadas para reconhecer as características da ABr: documentos oficiais escritos e formulários respondidos por funcionários e gestores da empresa, em relatos que nos foram repassados pelo coordenador desta pesquisa, prof. Dr. Rogério Christofolletti.

Para a primeira seção, correspondente ao histórico das empresas, suas capacidades estruturais e definições de objetivos, foram utilizadas o Manual de Jornalismo da EBC (na versão aprovada pelo Conselho Curador em abril de 2012), em implementação, o Relatório de Atividades de 2011 e o Plano de Trabalho – 2012.

3.2 Elementos para um perfil da Agência Brasil

Quando a antiga Radiobrás já não servia mais como principal agência de comunicação governamental - no começo dos anos 1990 - foi preciso criar outra organização que realizasse o mesmo serviço, mas que contasse com uma variedade maior de serviços e meios de produção. Em 1988 (governo Sarney), a Empresa Brasileira de Notícias (EBN) - que tinha como dever produzir noticiários sobre o governo, como *A voz do Brasil* - foi absorvida pela Radiobrás.

Eugênio Bucci, ex-presidente da EBC, conta o episódio e as consequências dessa fusão. A nova empresa ficou com um nome quase igual ao velho: Radiobrás - Empresa Brasileira de Comunicação. Para Bucci (2008: p. 91) “a cicatriz da absorção da EBN, camuflada sob a maquiagem de grande conglomerado de mídia, fez doer por muito tempo o sentimento de rejeição na Radiobrás”. Era como se a empresa fosse o local para onde vão os que não são mais desejados ou não conseguem mais se acomodar. Assim, para preencher antigos problemas de superposição de estruturas, foi criada a Empresa Brasileira da Comunicação (EBC), com suas afiliadas e serviços adjuntos. Com o tempo e as novidades tecnológicas, foram se criando mais possibilidades de produtos e de formas de distribuição, entre elas a novidade da Agência Brasil (ABr).

Segundo a introdução do novo Manual de Jornalismo da EBC (2012), os objetivos gerais das empresas, sediadas em Brasília, são divulgar as principais notícias e comunicados saídos do Palácio do Planalto (entre elas decisões ministeriais, campanhas presidenciais e votações do Senado e da Câmara) e assegurar no Brasil certa regularidade na produção pública da área da comunicação.

A EBC conta, para esse fim, com os serviços da TV Brasil, da TV Brasil Internacional, da ABr, da Radioagência Nacional, e de um conjunto de redações radiofônicas (a Rádio Nacional AM do Rio de Janeiro, a MEC AM do Rio, a MEC FM do Rio, a MEC AM de Brasília, a Nacional AM de Brasília, a Nacional FM de Brasília, a Rádio Nacional do Alto Solimões e a Rádio Nacional da Amazônia), além do novo site da empresa e a unidade EBC Serviços.



Figura 1: Organograma da EBC com a empresa dividida por veículo

Neste conjunto, a ABr fica com o papel de agência de notícias, produzindo informação em *Creative Commons* (CC), principalmente para serem reproduzidas por outras empresas de comunicação. As publicações em CC permitem que não detentores dos direitos autorais reproduzam na íntegra os produtos da Agência Brasil, desde que respeitada a indicação à fonte.

3.2.1 Dados do Plano de Trabalho 2012 e Relatório de Atividades 2011

A EBC foi criada em 24 de outubro de 2007, pelo Decreto 6.246/2007, com base na Medida Provisória (MP) 398, editada em 10 de outubro do mesmo ano, posteriormente convertida pelo Congresso Nacional na Lei 11.652/2008. O Conselho de Administração e a Diretoria Executiva foram empossados pela Assembleia Geral em 31 de outubro de 2007.

Quando de sua criação a empresa recebeu a missão de prestar serviços de radiodifusão e comunicação públicas. Coube-lhe tornar realidade o objetivo de assegurar algum equilíbrio entre canais privados, estatais e públicos. Entre os princípios da lei de criação da EBC encontram-se a garantia de independência editorial dos canais públicos em relação ao governo, a supervisão da programação desses canais por um Conselho Curador independente, o serviço autônomo de uma Ouvidoria de Programação e Conteúdo, aberto aos telespectadores, ouvintes e internautas (Manual de Jornalismo, 2011).

Em 2011, a EBC sofreu um corte de 21% nas ações de custeio e investimento, o que dificultou a execução do Plano de Trabalho de 2011, e limitou a capacidade de investimento da EBC a 47,6% do inicialmente previsto para o ano (Plano de Trabalho – 2012, p. 64). Apesar disso, vale ressaltar o avanço no processo de instalação do *Media Asset Management* (MAM), projeto

prioritário de 2011 que gerencia eletronicamente todo o acervo da empresa, e na estruturação da nova sede multimídia, que deve ficar pronta ainda no primeiro semestre deste ano.

Diferente, porém, de uma empresa de assessoria de imprensa, a EBC não tem vínculos editoriais com o governo, e não deve sofrer sanções por parte deste, seja em questões de conteúdo ou de formato de divulgação das notícias. Assim, a EBC diferencia-se da Secretaria de Comunicação (SECOM), embora legalmente as duas estejam interligadas.

O jornalismo da EBC deve tratar dos fatos relativos à vida nacional e internacional relevantes para a sociedade e fazer suas escolhas de acordo com os compromissos e obrigações estabelecidos em seus documentos fundadores, a partir da Constituição. Ao se constituir em alternativa para o cidadão, dedica atenção aos fatos habitualmente ausentes na mídia. Quanto aos fatos de cobertura comum aos veículos privados e estatais, a EBC procura acrescentar enfoques diferenciados e/ou complementares. O conteúdo jornalístico da EBC não visa a tutelar ou direcionar a formação da opinião pública. Cumpre o dever de dar as informações necessárias para que os cidadãos formem livremente as próprias opiniões. Trata-se de um direito dos cidadãos. (Manual de Jornalismo, 2012: p. 5)

A empresa é dividida em departamentos específicos para facilitar a organização do trabalho, como se vê no infográfico a seguir:



Figura 2: Diretorias e Superintendências da EBC

A **Diretoria de Produção** responde pela elaboração, execução e acompanhamento dos programas de conteúdos não jornalísticos, seja pela própria EBC ou pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP), ou ainda de parceiros coprodutores. A ACERP,

que sucedera a Fundação Roquette Pinto – criada em 1991 e extinta em 1998 – foi responsável pela manutenção da TVE Brasil, constituindo-se numa organização social, sem fins lucrativos que teve vínculo com o governo Federal até maio de 2011. A **Diretoria de Jornalismo** cuida da elaboração de pautas, redação, controle de qualidade de textos, produção, edição, apresentação e veiculação de conteúdo jornalístico para rádio, televisão e ambiente multimídia, bem como programas de cunho jornalístico e projetos de coberturas especiais. A **Superintendência de Suporte** responde pelos serviços de operação, manutenção e engenharia dos canais de rádio e televisão operadores pela EBC, bem como da implementação do *Media Asset Management* (MAM) - e do futuro Operador Nacional de Rede Pública de Rádio e Televisão. Está vinculada à Diretoria Geral, em substituição à antiga diretoria de Suporte. Também desenvolve projetos na área de internação da TV Digital e mídias portáteis.

A **Superintendência de Comunicação Multimídia** responde pelas ações que visam a levar à convergência tecnológica e de mídias entre os veículos da EBC, e também a operação e manutenção de sistemas de informática, do futuro Portal, *sites*, *blogs* e *hotsites* da EBC. A **Superintendência de Rede** responde pela formação e expansão da Rede Nacional de Comunicação Pública, a partir da localização de novas possibilidades de instalação de canais próprios, ou da conexão dos canais da EBC com suas congêneres do campo público de rádio e TV, levando a programação para todo Brasil. Também age na articulação de produções destas emissoras para exibição de caráter nacional. A **Superintendência de Rádio** é a responsável pela elaboração e gestão da programação das emissoras de rádio da EBC em Brasília (Nacional FM, Nacional AM, e MEC AM), Rio de Janeiro (Nacional AM, MEC AM e MEC FM), e Amazônia (Nacional da Amazônia OC e Nacional do Alto Solimões AM), bem como da RadioAgência.

E, por fim, a recém-criada **Diretoria Internacional** tem como objetivo levar para brasileiros que vivem no exterior, e falantes da Língua Portuguesa em geral, produções específicas para este público, bem como programas e emissões ao vivo da TV Brasil.

Auxiliadas por esses departamentos, cada empresa dentro da EBC realiza seu trabalho com equipe e equipamentos próprios. Os conteúdos, no entanto, podem ser compartilhados se servirem a mais de uma divisão. A TV Brasil, devido ao seu alcance e à sua audiência, ainda é o carro chefe da organização, recebendo a maior parte da atenção e do orçamento. As emissoras de rádio demandam muito pouco gasto, por mais que precisem de atualizações e novos empregados. No meio delas, está a Agência Brasil, baseada na plataforma Web e produtora diária de notícias.

A projeção de necessidade orçamentária de cada setor da EBC publicada no *Plano de Trabalho* – 2012 (p. 63) indica que a empresa precisaria de R\$231,27 milhões para realizar todos os projetos planejados para este ano. Deste montante, R\$25,58 milhões representam a necessidade da

Diretoria de Jornalismo. Em 2012, a empresa projeta um orçamento de R\$416,33 milhões, sendo R\$166,54 milhões destinados para o pagamento de pessoal, R\$220,45 milhões destinados para o custeio e apenas R\$29,34 milhões para investimentos (fonte cit.: p. 64-65).

Os principais itens orçamentários da EBC são listados sendo: **Produção e Conteúdo**, que consumirá R\$79,5 milhões em 2012; **Telecomunicações**, que consumirá R\$28,8 milhões; **Logística de Imóveis**, que consumirá R\$34,2 milhões; e **Viagens**, que consumirão R\$4,5 milhões. O grande gasto com imóveis é explicado pela transferência das instalações para a nova sede da EBC (idem, p. 65). Os dados disponíveis não detalham esses números, do ponto de vista de cada uma das empresas que compõem o conjunto da EBC.

3.2.2 A Estrutura de Pessoal e Administrativa da ABr

Segundo informações fornecidas para esta pesquisa pelo diretor da Agência Brasil Ivanir José Bortot (em entrevista ao coordenador prof. Rogério Christofolletti), o quadro atual da ABr é composto com 69 funcionários que produzem diariamente uma média de 100 matérias de natureza factual, afora as coberturas especiais e temáticas. No Distrito Federal, a empresa tem 25 repórteres, dois chefes de reportagem, um chefe de fotografia, oito fotógrafos, três tratadores de imagem, sete editores, dois editores executivos e duas secretárias.

Existem duas sucursais – Rio de Janeiro e São Paulo –, um correspondente em Curitiba e um repórter temporário em Buenos Aires. Em São Paulo, trabalham 1 coordenador e 6 repórteres, no Rio de Janeiro ficam um coordenador, 8 repórteres, um pauteiro e uma secretária, A equipe trabalha para abastecer o site e as emissoras de rádio da EBC, das 5 horas da manhã à meia-noite, nos dias úteis. A ABr não tem pauteiros. Utiliza uma agenda da EBC, com datas e pautas amplas para todos os veículos da empresa. A equipe faz reuniões semanais para avaliar o noticiário, e diversas vezes se reúne ao longo do dia para ajustar pautas.

Na figura a seguir, reproduzimos organograma da ABr, no contexto da EBC:

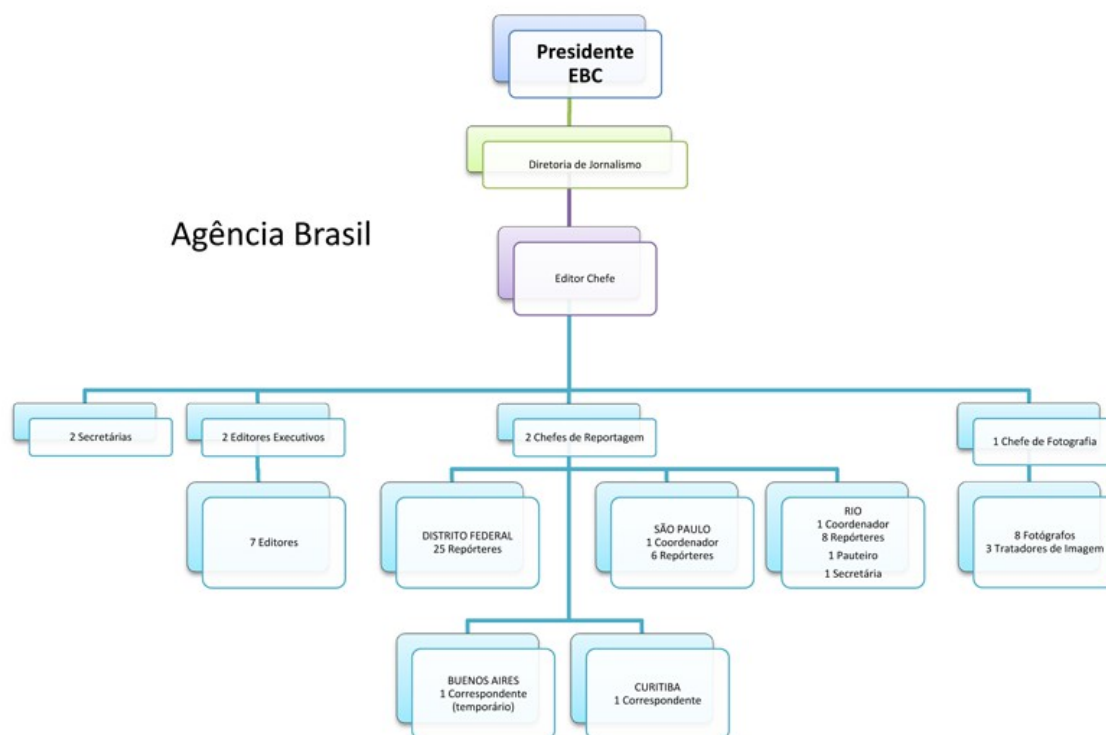


Figura 3: Estrutura da Agência Brasil por cargos

As notícias e reportagens produzidas são divididas em doze editorias⁹, sendo elas: *Cidadania, Economia, Educação, Justiça, Meio Ambiente, Internacional, Política, Saúde, Nacional, Esporte, Cultura e Pesquisa e Inovação*. Além disso, o site ainda conta com seções de *Reportagens Especiais Multimídia, Galerias de Imagens, Notícias em Inglês* e a página da *Ouvidoria*. A análise mais profunda desse aspecto é objeto do item 4 deste relatório.

O conteúdo da ABr é livre para uso, dentro do padrão de licenças *Creative Commons*, objetivando permitir que outras empresas jornalísticas possam reproduzir seu conteúdo na íntegra, desde que indicada a fonte.

O site atual, com novas ferramentas tecnológicas, proporcionou maior agilidade na postagem de notícias em tempo real e garantiram a ampliação do acesso dos internautas. Foi contratado serviço externo que potencializa a distribuição dos *streams* sem sobrecarregar os servidores que gerenciam os sistemas de todas as áreas da EBC. Foram adquiridos servidores com maior capacidade de armazenamento de arquivos de vídeo, que serão integrados aos sites da EBC a partir da instalação do MAM nas Unidades de Brasília e do Rio de Janeiro.

Os dados disponíveis no Plano de Trabalho – 2012 (p. 41) apontam para um crescimento

⁹ Neste capítulo e no seguinte - que trata especificamente do site da ABr -, consideraremos editorias as seções dispostas no site, onde os conteúdos são distribuídos e oferecidos ao público. Doze, no total. No capítulo 5, que trata do monitoramento dos processos jornalísticos, contemplamos a estrutura sinalizada pelo editor-chefe da agência, Ivanir José Bortot, com três editorias (cf. p. 126).

significativo da audiência no site da ABr, a saber:

Já a Agência Brasil teve mais de 22 milhões de páginas visualizadas e mais de cinco milhões de visitas em 2011. Os visitantes únicos no ano foram 2.380.342. O tempo de permanência médio do leitor foi de 6,16 minutos. A equipe de repórteres produziu 22.982 matérias e 16.675 fotografias. Isso representa o aumento nas visitas aos conteúdos da Agência Brasil da ordem de 74% com relação ao ano de 2010. Em relação aos números de visitantes únicos, o aumento foi de 131,47%.

3.2.4 A Qualidade no Novo Manual de Jornalismo da EBC

O conceito de qualidade está expresso no novo Manual de Jornalismo (2012: *Seção 7, Estratégias para a Qualidade, p.39*):

Em regime integral, o jornalismo da EBC persiste no zelo pela qualidade, aqui entendido como informação apurada sob rigor e exatidão e transmitida com clareza e objetividade, por profissionais preparados e em constante atualização. Esta definição de qualidade tem que ser praticada dia e noite e percebida em cada momento, em cada imagem, em cada texto ou áudio e em cada click na internet. Sem concessões.

Fica clara, nessa síntese, a disposição de fazer um jornalismo de qualidade, compreendido como a divulgação da informação precisa e contextualizada. De acordo com o *Manual (Seção 7 – Estratégias para a Qualidade, p. 39-43)*, a ABr aponta as estratégias como meios de se chegar a um jornalismo de qualidade:

Planos Editoriais - São ferramentas de gestão e de viabilização da qualidade. Organizam o pensamento das redações, promovem sintonia interna entre os profissionais e destes com este Manual e tornam-se parâmetros claros para o conjunto da empresa e a sociedade. São fundamentais para que o foco esteja concentrado no leitor, no ouvinte ou no telespectador - e não se perca em qualquer outro interesse. É uma via segura de conquista e manutenção de credibilidade editorial. Por isto cada veículo e programa jornalístico, refletindo a sua natureza e definindo sua identidade, deve elaborar seu Plano Editorial, que será disponibilizado aos seus profissionais e à sociedade, por intermédio do portal da EBC.

Gestão da Informação - A qualidade do conteúdo transmitido pela EBC requer contextualização, agregação de circunstâncias, causas e consequências ou fornece elementos para que o cidadão tire conclusões a respeito. Significa ampliar o factual, objeto direto da reportagem, disponibilizando dados e informações pertinentes, no mesmo veículo e programa ou em veículo de outra plataforma da EBC. Inclui, portanto, a prática de convergência de mídia, onde a internet pode e deve ser articulada como ferramenta de extrema relevância para incremento da qualidade do conteúdo da EBC. O jornalista da EBC deve se preparar para atuar nesse ambiente da chamada "Sociedade do Conhecimento". Esse é um componente que se tornou crucial ante o uso dos meios digitais para acumular e disponibilizar dados e informações, que fez explodir os processos de criação de conhecimento.

Pauta Colaborativa - É mais uma ferramenta de qualificação do jornalismo da EBC e de acolhimento do foco do cidadão. Pautas especiais são previamente

anunciadas para que o público contribua com dados e informações, potencializando a qualidade da produção. Dessa forma, a EBC contará com incontáveis olhares além da sua própria produção para enriquecer e melhorar seus conteúdos. Cada sugestão deve merecer respeito e atenção. As que forem acolhidas serão apuradas e/ou documentadas pelo jornalismo da EBC ou por veículo parceiro, preferencialmente integrante da Rede Nacional.

Atuação Integrada dos Veículos - Na dinâmica de apuração, produção e veiculação de conteúdos, o jornalismo da EBC leva em conta os potenciais de convergência, multiprogramação, interatividade, acessibilidade, portabilidade, interoperabilidade e mobilidade, não linearidade e transdisciplinaridade das plataformas digitais, para melhor articular suas aplicações e especificidades.

Sendo assim:

- como uma das estratégias de qualidade, o jornalismo da EBC deve promover a cultura multimídia, a integração operacional e o engenho de usos para as tecnologias adotadas ou entrantes, especialmente no que se refere à interatividade;
- os jornalistas da EBC devem vislumbrar o potencial de uso dos conteúdos em diversas plataformas, prescrevendo na produção elementos para tal finalidade e para a chamada mídia cruzada (um veículo referenciando o outro).

Redação Web (Webwriting) - A redação para ambientes digitais tem características próprias, que demandam uma equipe dedicada à atividade e devidamente capacitada. Essa capacitação deve se generalizar progressivamente e abranger todos os profissionais, de modo a torná-los capazes de operar em ambiente digital e explorar o potencial dessas tecnologias.

Comitê Editorial de Jornalismo - Atuando em apoio à diretoria, subsidiando suas decisões, cuida de sintonizar a prática diária do jornalismo da EBC com este manual e promove ações pontuais de verificação crítica das produções jornalísticas dos seus veículos. Acionado pela Diretoria de Jornalismo, o Comitê também cuida de sanar dúvidas e/ou encaminhar à diretoria propostas de deliberação sobre situações remetidas por este manual ou não contempladas por ele. Criado por ato conjunto da Presidência e Diretoria de Jornalismo, o Comitê Editorial é composto por profissionais da Diretoria de Jornalismo, atuantes em todas as plataformas da EBC, escolhidos pela direção, que poderá convidar e agregar componentes não integrantes dos quadros da empresa.

Desse modo, detalha-se mais a noção de qualidade jornalística da ABr. É possível resumir esse conceito em três grandes tópicos: multimídia, organização e crítica (interna ou externa).

Na questão multimídia, observa-se a preocupação da empresa em convergir seus diversos meios de produção para garantir uma informação mais contextualizada, que se aproxime cada vez mais de um conhecimento geral sobre o assunto. A preocupação com a organização, refletida também no projeto do MAM, mostra a necessidade sentida pela EBC de regular e controlar com mais eficácia seu jornalismo, entendendo que uma grande redação desorganizada pode ser muito menos produtiva do que uma pequena redação bem sintonizada. Por fim, a necessidade da crítica, sempre evidentemente necessária em um meio público de comunicação, demonstra uma vontade de continuar sempre a melhorar a qualidade da informação produzida e de ter vínculos com as demandas sociais mais evidentes.

Nenhum destes pontos é ainda realidade plena na ABr. São projetos para um futuro jornalismo com mais qualidade e devem ser bem implementados, junto ainda com outras medidas, se a empresa deseja levar notícias realmente públicas e de qualidade para seu público.

3.3 Avaliação da Qualidade das Condições de Produção

Para avaliar as condições de produção da ABr foi aplicado um instrumento de pesquisa (formulário eletrônico), enviado diretamente ao e-mail de profissionais da ABr, entre 8 e 29 de fevereiro de 2012. O questionário foi formulado com base em indicadores de qualidade da informação jornalística (CHRISTOFOLETTI, 2010). Foram aplicados três questionários eletrônicos, direcionados aos três grupos de profissionais da ABr: gestores da EBC (grupo 1), gestores da ABr e editores (grupo 2) e jornalistas da ABr (grupo 3). A divisão em três níveis é decorrência de duas questões somadas: (a) os indicadores de qualidade se aplicam, de forma diferenciada, aos níveis de gestão e redação; (b) a necessidade de ponderar os resultados, a partir dos olhares de gestores da EBC, ABr e o de profissionais da redação da Agência.

No primeiro grupo, o foco das perguntas estava nas relações da Agência Brasil com o mantenedor – o Estado –, os gestores e os jornalistas, além dos padrões éticos e de qualidade. No grupo dois, as questões são mais voltadas para aspectos gerenciais e escolhas editoriais. Por fim, no terceiro grupo, os pesquisadores buscaram informações sobre a prática dos jornalistas, a demanda diária de trabalho, procedimentos especiais na apuração (abertura de *offs* para a chefia de reportagem, por exemplo) e eventuais vantagens que a ABr dá para os profissionais.

Com estes três questionários, mais da metade dos respondentes participaram da consulta, segundo a Tabela 1:

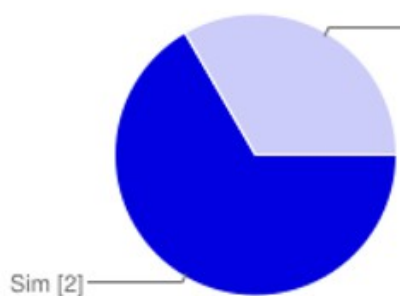
Tabela 1: Participação da equipe da EBC e ABr na pesquisa com questionários

Grupo	Funcionários que receberam	Funcionários que responderam	Participação na pesquisa (em %)
Grupo 1	4	3	75%
Grupo 2	5	2	40%
Grupo 3	10	5	50%
Total	19	10	52,6%

As perguntas propostas aos profissionais da ABr geraram as seguintes respostas:

Grupo 1 (Gestores EBC): Respostas

São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?



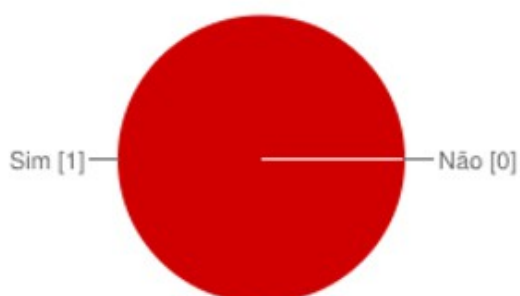
Sim	2	67%
Não	1	33%

A ABr cumpre estritamente o que está previsto na legislação que afeta seu negócio?



Sim	2	67%
Não	0	0%

A ABr considera os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial em suas práticas administrativas?



Sim	1	33%
Não	0	0%

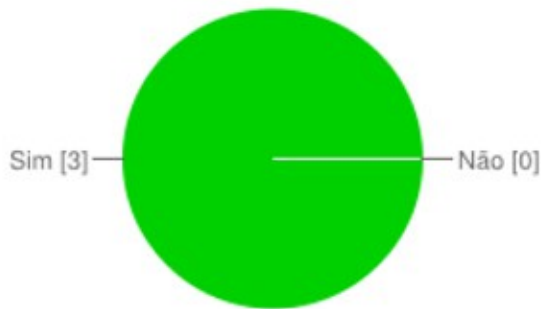
A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?



Sim	3	100%
Não	0	0%

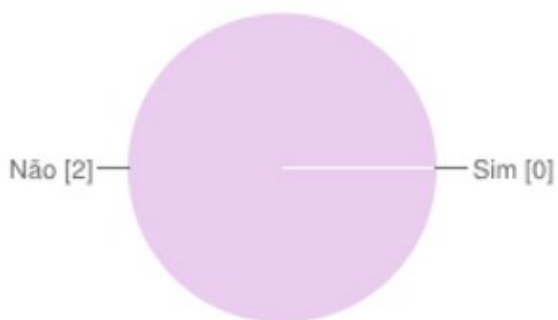
A ABr aceita que a transparência de propósitos institucionais reforça a credibilidade das informações disseminadas pelo veículo?

Sim	3	100%
Não	0	0%



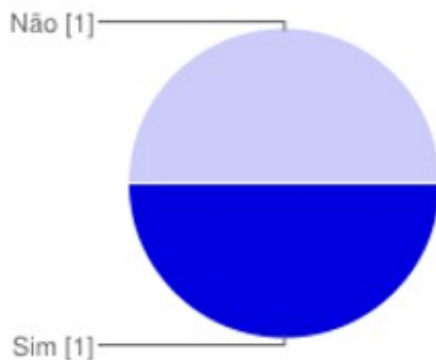
Há uma política de divulgação de documentos internos não sujeitos à confidencialidade corporativa?

Sim	0	0%
Não	2	67%



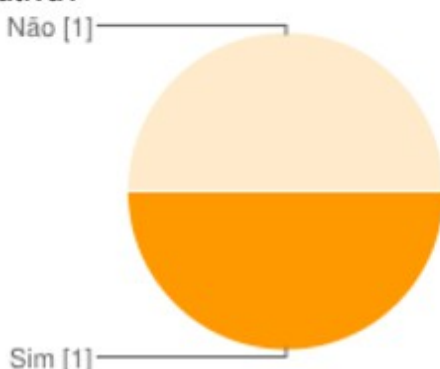
Os processos de tomada de decisão da ABr são transparentes para os grupos de interesses internos e externos?

Sim	1	33%
Não	1	33%

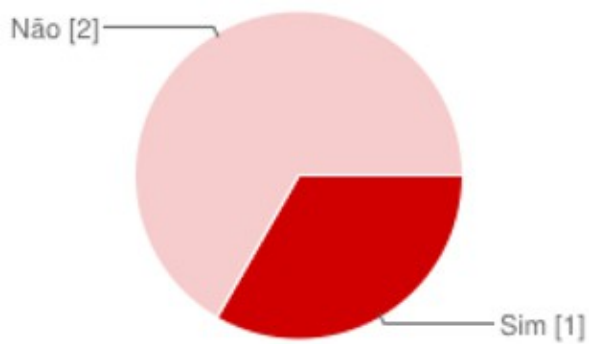


A mesma idéia de transparência é comum às áreas editorial, industrial e administrativa?

Sim	1	33%
Não	1	33%

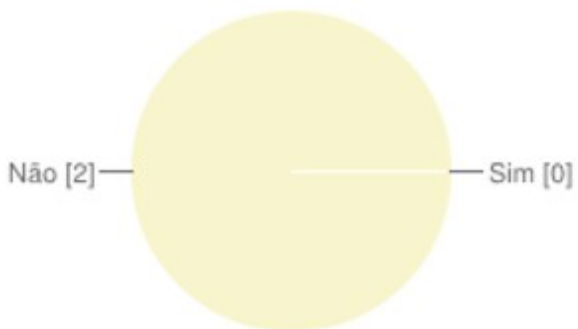


A Agência submete sua circulação/audiência a auditoria externa?



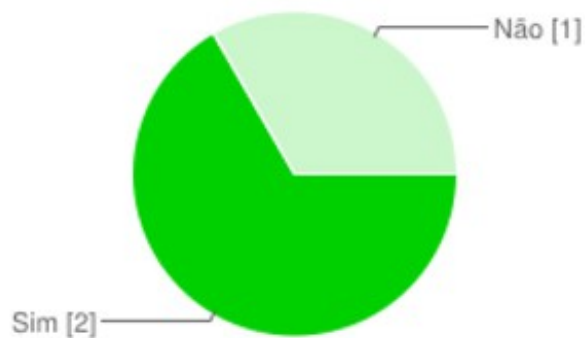
Sim	1	33%
Não	2	67%

Usa regulamente pesquisas de opinião para avaliar o grau de satisfação/insatisfação da audiência com o seu produto?



Sim	0	0%
Não	2	67%

As informações obtidas nos serviços de atendimento ao consumidor são utilizadas em processos de melhoria da qualidade da ABr?



Sim	2	67%
Não	1	33%

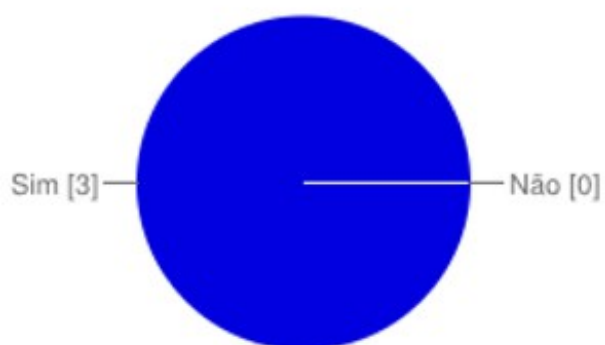
A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?

Sim	2	67%
Não	0	0%



Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?

Sim	3	100%
Não	0	0%



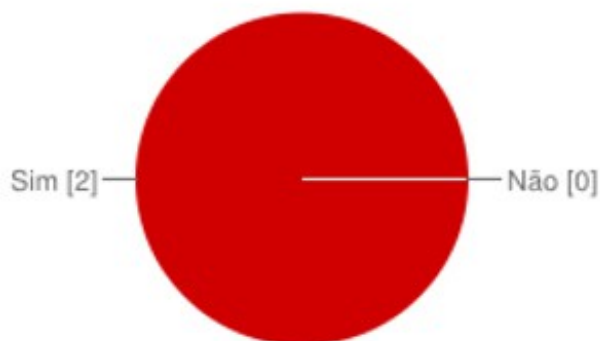
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?

Sim	2	67%
Não	0	0%



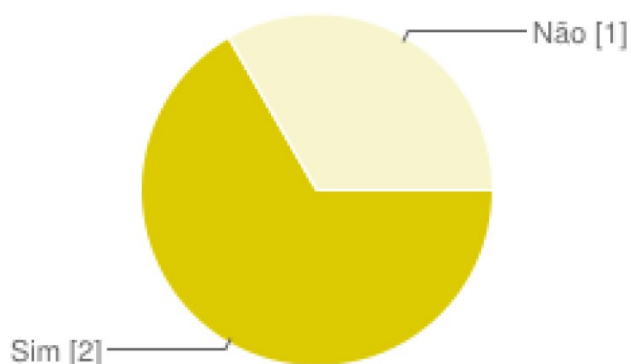
Os valores corporativos reconhecem como relevantes interesses e demandas dos consumidores de produtos e serviços?

Sim	2	67%
Não	0	0%



A ABr se submeteria à avaliação de uma entidade certificadora de qualidade de empresas jornalísticas? [Em caso negativo, justifique]

Sim	2	67%
Não	1	33%

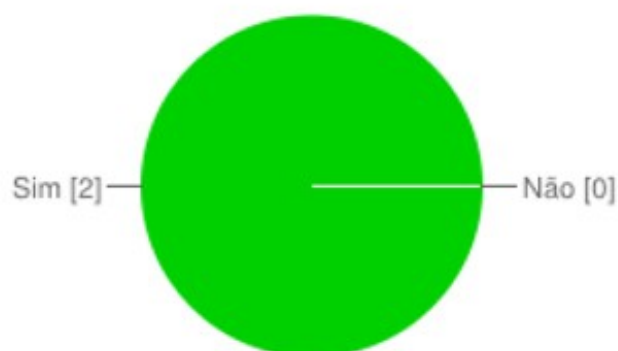


Comentário

Não conheço nenhuma entidade certificadora de qualidade de empresas jornalísticas.

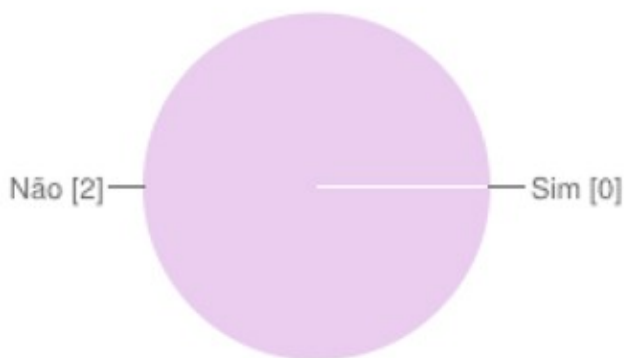
A política de qualidade assegura que as necessidades e expectativas dos públicos de interesse da ABr (stakeholders) sejam consideradas?

Sim	2	67%
Não	0	0%



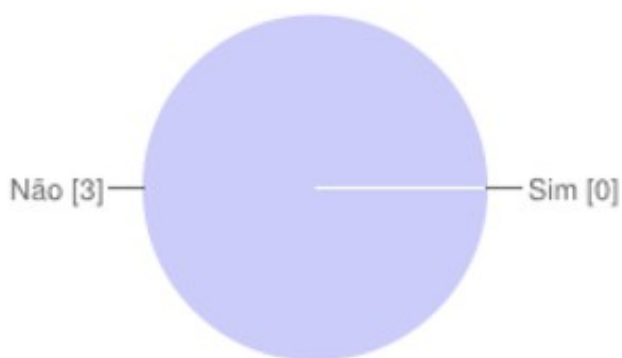
A política de qualidade é reavaliada periodicamente?

Sim 0 0%
Não 2 67%



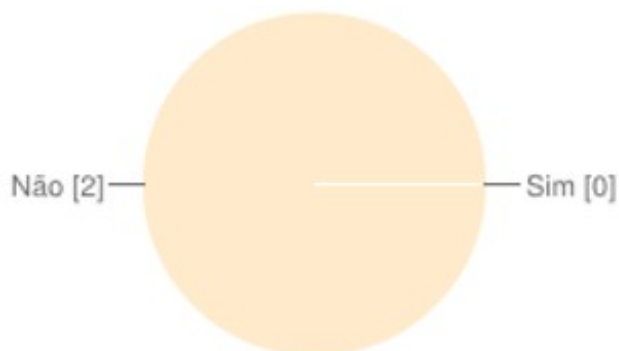
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?

Sim 0 0%
Não 3 100%



Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?

Sim 0 0%
Não 2 67%



Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?

Sim 2 67%
Não 0 0%



A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?

Sim	2	67%
Não	0	0%



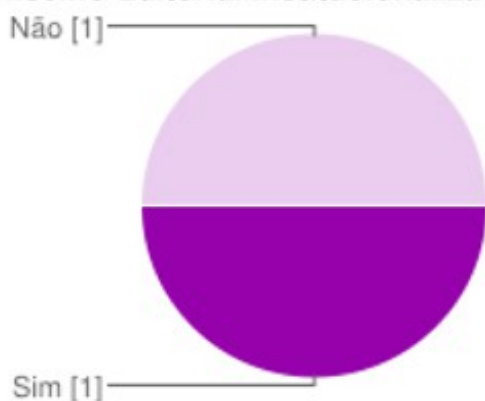
A diretoria executiva é explicitamente comprometida com a qualidade das informações produzidas pela organização? [Em caso negativo, justifique]

Sim	3	100%
Não	0	0%



Há um Conselho Editorial institucionalizado?

Sim	1	33%
Não	1	33%



Acompanha e considera as pesquisas acadêmicas sobre seu desempenho editorial e papel social?

Sim **2** 67%
Não **0** 0%



Tem por norma acompanhar as boas práticas e as experiências internacionais do setor?

Sim **1** 33%
Não **0** 0%

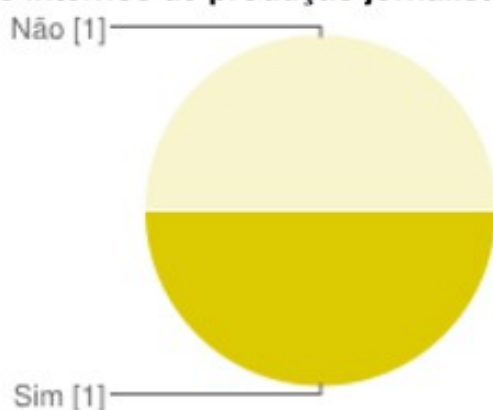


A ABr tem divisão, departamento, profissional específico, unidade ou grupo de trabalho para cuidar da gestão da qualidade do jornalismo que produz?

Sim **2** 67%
Não **0** 0%



Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?



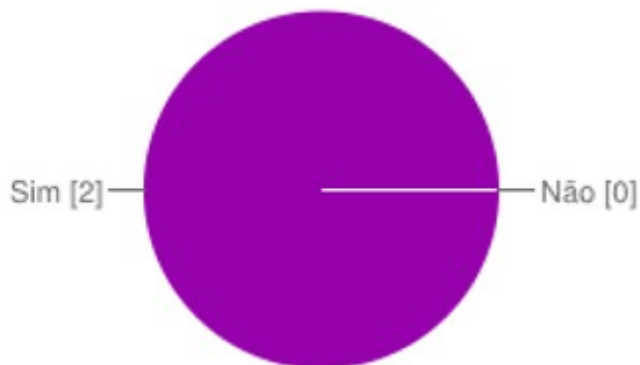
Sim	1	33%
Não	1	33%

Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da ABr com o governo, seu mantenedor?



Sim	2	67%
Não	0	0%

A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?



Sim	2	67%
Não	0	0%

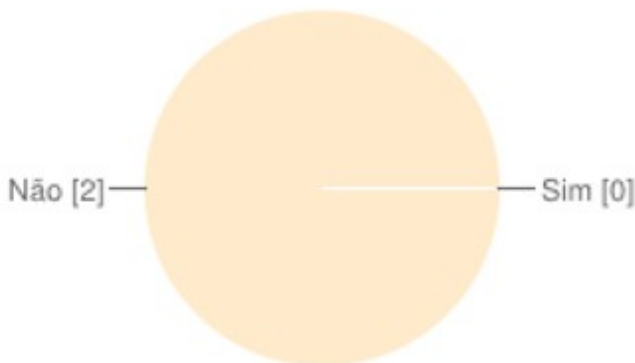
Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?

Sim	3	100%
Não	0	0%



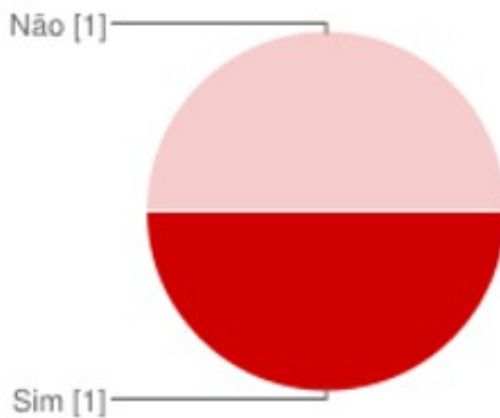
Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?

Sim	0	0%
Não	2	67%



Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?

Sim	1	33%
Não	1	33%



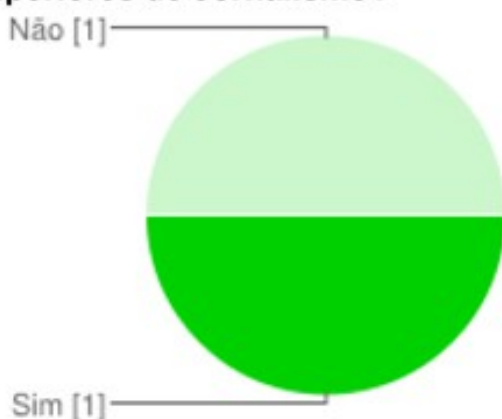
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?

Sim	2	67%
Não	0	0%



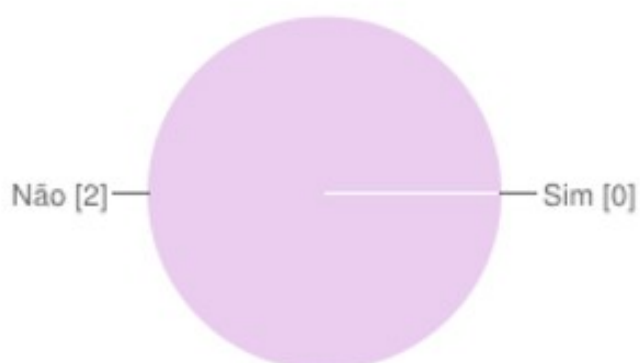
Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?

Sim	1	33%
Não	1	33%



Promove regularmente seminários internos sobre temas gerais da cobertura jornalística?

Sim	0	0%
Não	2	67%



Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?

Sim 2 67%
Não 0 0%



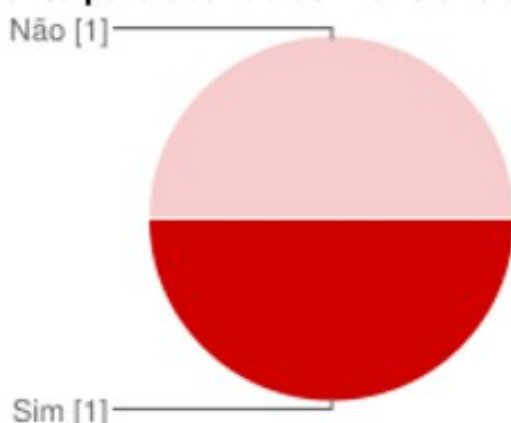
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?

Sim 1 33%
Não 0 0%



A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?

Sim 1 33%
Não 1 33%



Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?

Sim 2 67%
Não 0 0%



As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?

Sim 2 67%
Não 0 0%

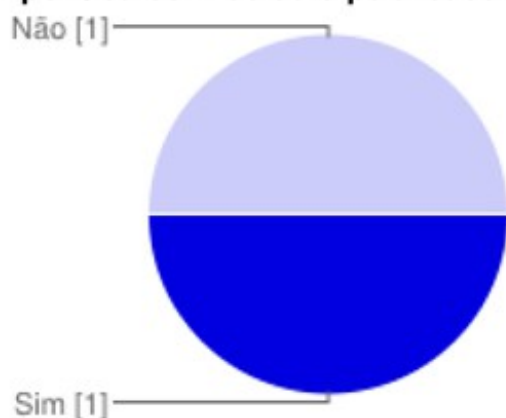


As equipes são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?

Sim 2 67%
Não 0 0%

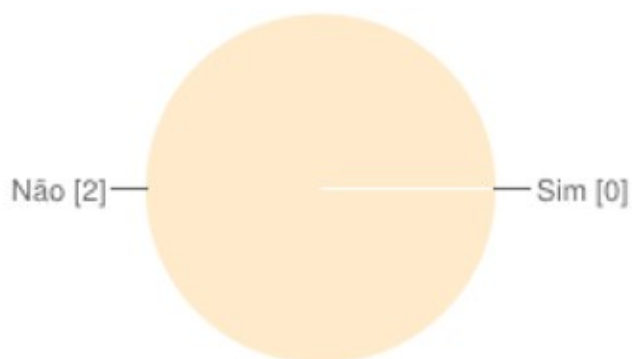


A ABr tem política conhecida e publicada sobre a publicidade oficial?



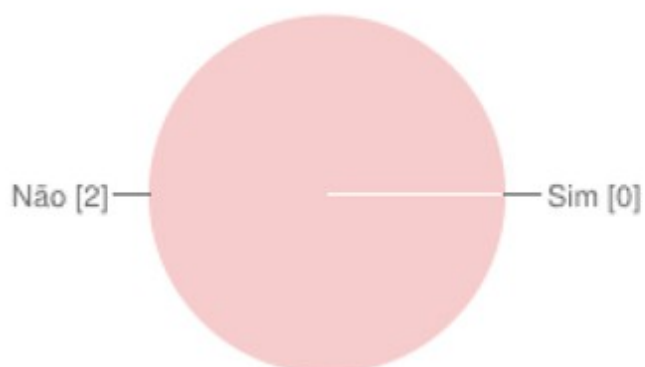
Sim	1	33%
Não	1	33%

A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial?



Sim	0	0%
Não	2	67%

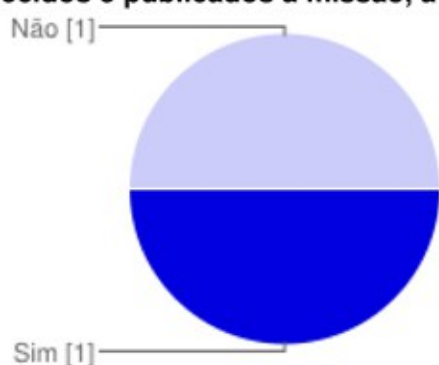
Realiza pesquisa para medir a satisfação do governo/mantenedor?



Sim	0	0%
Não	2	67%

Grupo 2 (Gestores ABr): Respostas

São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?



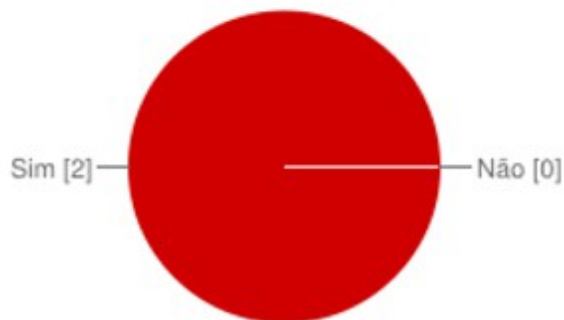
Sim	1	50%
Não	1	50%

A ABr considera os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial em suas práticas administrativas?



Sim	2	100%
Não	0	0%

A ABr considera os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial em suas práticas administrativas?



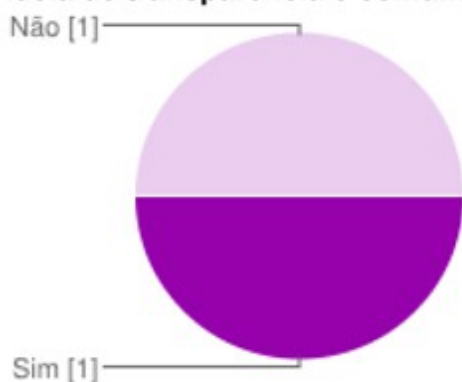
Sim	2	100%
Não	0	0%

A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?



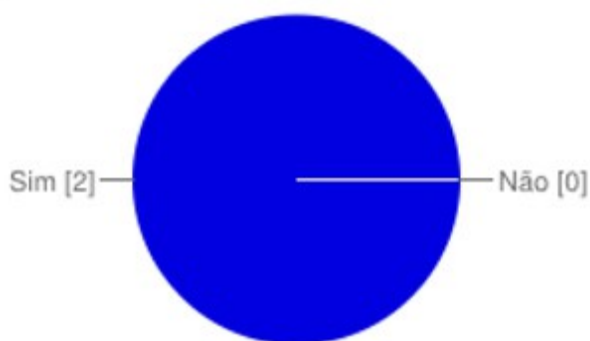
Sim	2	100%
Não	0	0%

A mesma idéia de transparência é comum às áreas editorial, industrial e administrativa?



Sim	1	50%
Não	1	50%

A ABr respeita o direito de filiação sindical dos seus jornalistas?



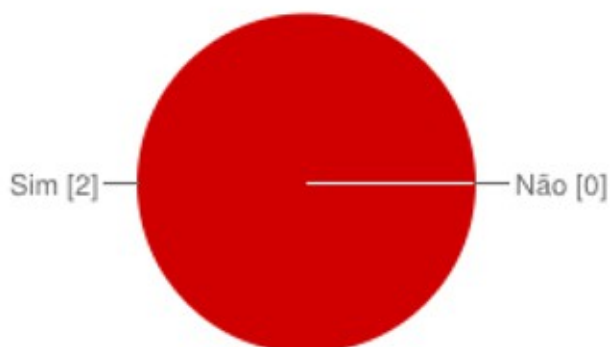
Sim	2	100%
Não	0	0%

A equipe é claramente informada sobre seus deveres e responsabilidades?



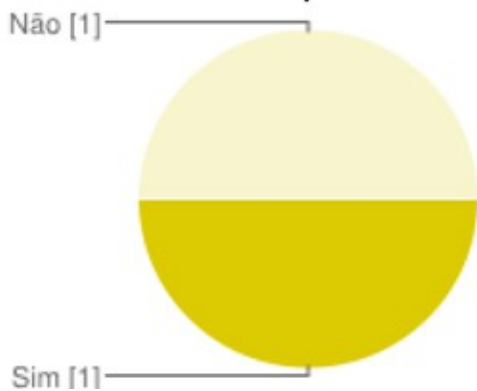
Sim	2	100%
Não	0	0%

A equipe é claramente informada sobre seus direitos contratuais?



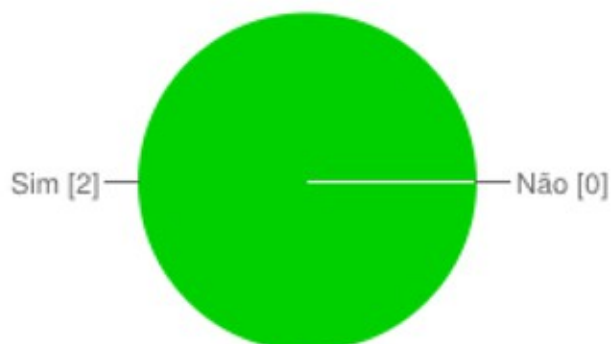
Sim	2	100%
Não	0	0%

A equipe é informada sobre a política de recrutamento?



Sim	1	50%
Não	1	50%

A equipe é informada sobre os critérios de avaliação de desempenho?



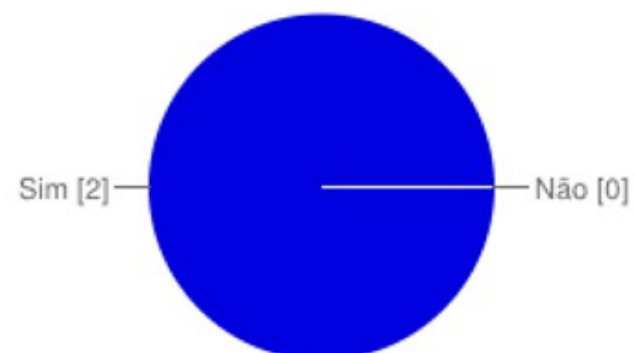
Sim	2	100%
Não	0	0%

As informações obtidas nos serviços de atendimento ao consumidor são utilizadas em processos de melhoria da qualidade da ABr?



Sim	2	100%
Não	0	0%

A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?



Sim	2	100%
Não	0	0%

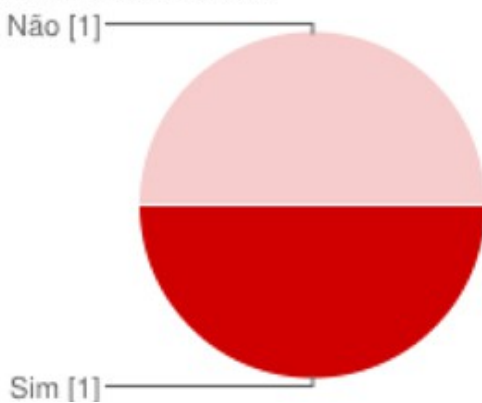
Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



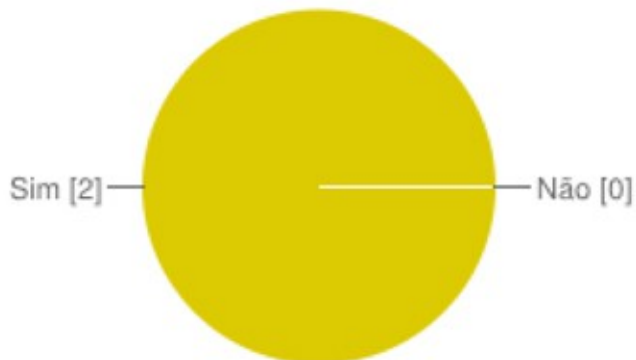
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?

Sim **1** 50%
Não **1** 50%

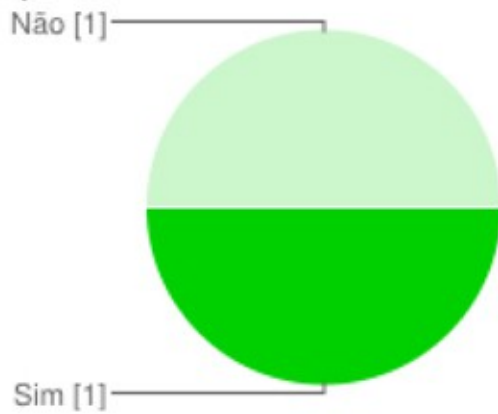


Os valores corporativos reconhecem como relevantes interesses e demandas dos consumidores de produtos e serviços?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%

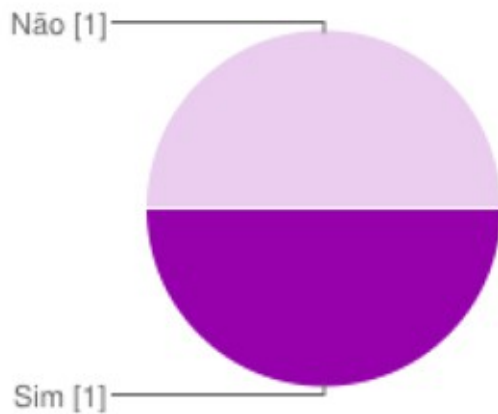


A ABr tem padrões de excelência reconhecidos no âmbito interno?



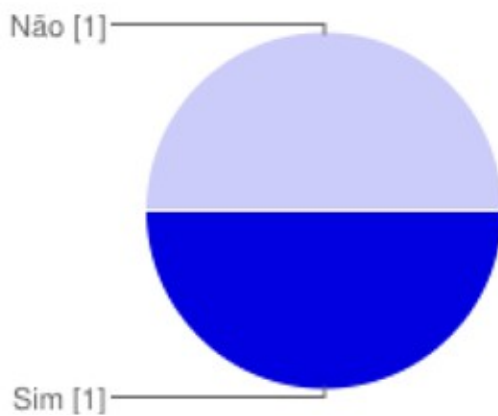
Sim	1	50%
Não	1	50%

Expõe seus compromissos editoriais por meio de documentos de acesso público?



Sim	1	50%
Não	1	50%

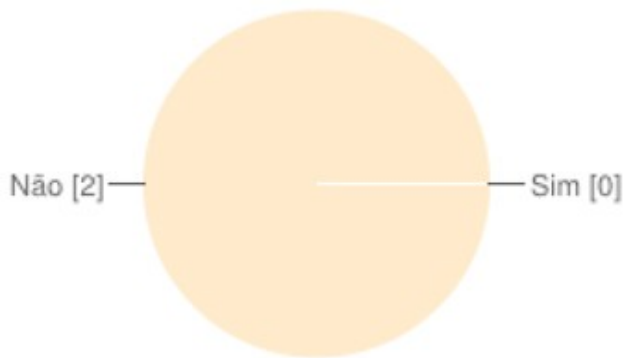
A equipe é informada/consultada antes de alterações importantes da política editorial?



Sim	1	50%
Não	1	50%

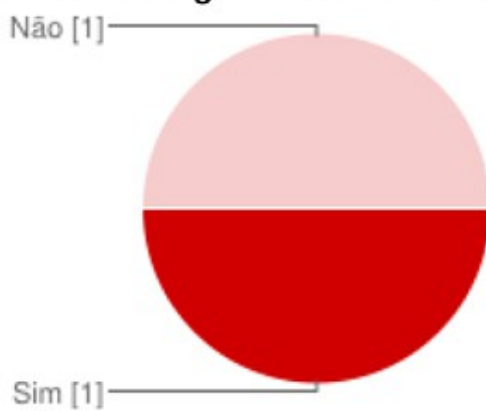
A equipe é informada sobre o orçamento da instituição?

Sim	0	0%
Não	2	100%



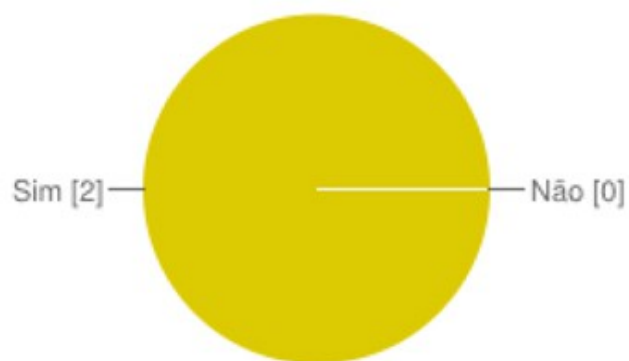
A ABr submete-se a algum mecanismo de certificação de qualidade?

Sim	1	50%
Não	1	50%



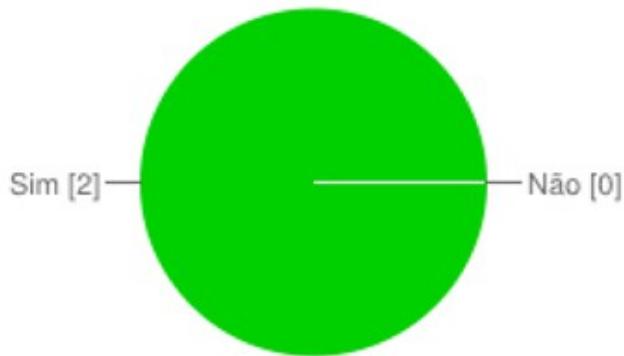
A ABr se submeteria à avaliação de uma entidade certificadora de qualidade de empresas jornalísticas?

Sim	2	100%
Não	0	0%



A ABr tem uma política de qualidade formalizada ou mesmo subentendida pela equipe jornalística?

Sim	2	100%
Não	0	0%



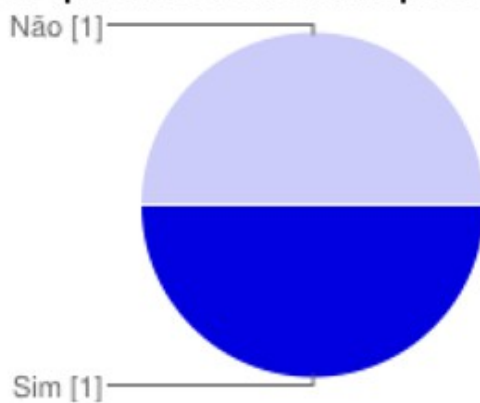
A política de qualidade assegura que as necessidades e expectativas dos públicos de interesse da ABr (stakeholders) sejam consideradas?

Sim	2	100%
Não	0	0%



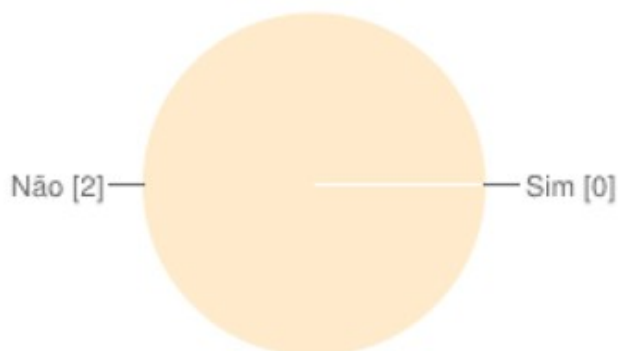
A política de qualidade é reavaliada periodicamente?

Sim	1	50%
Não	1	50%



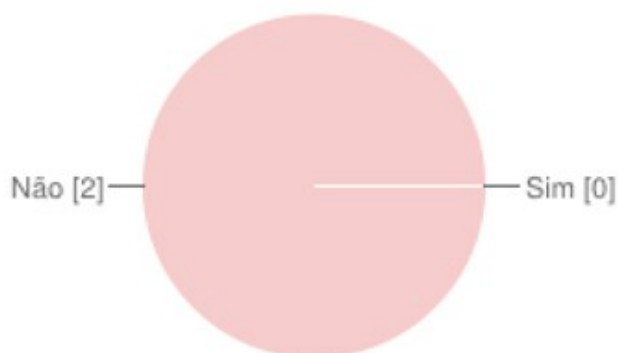
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?

Sim	0	0%
Não	2	100%



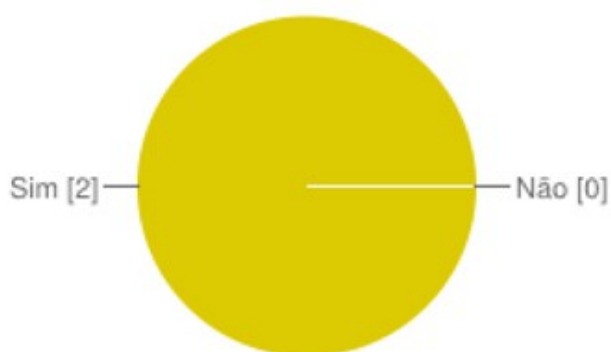
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?

Sim	0	0%
Não	2	100%



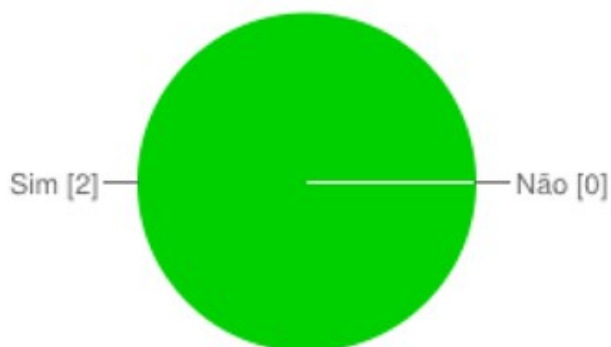
Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?

Sim	2	100%
Não	0	0%



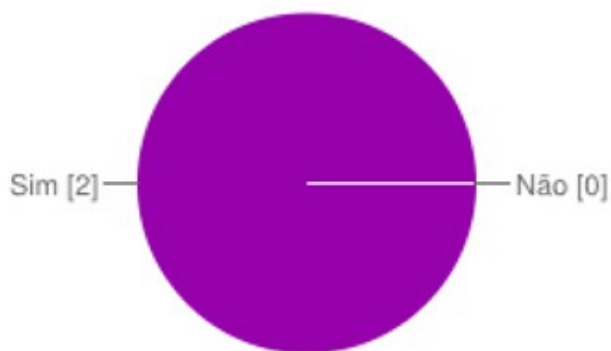
É claro para a Redação que o compromisso do veículo é com a sociedade e não com suas fontes de informação?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



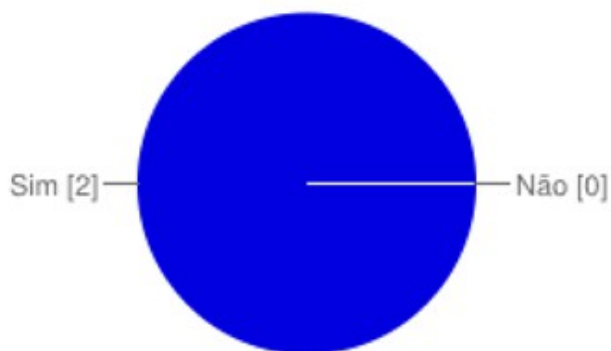
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações privilegiadas, em especial na cobertura de assuntos econômicos?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações reservadas atinentes à segurança nacional?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



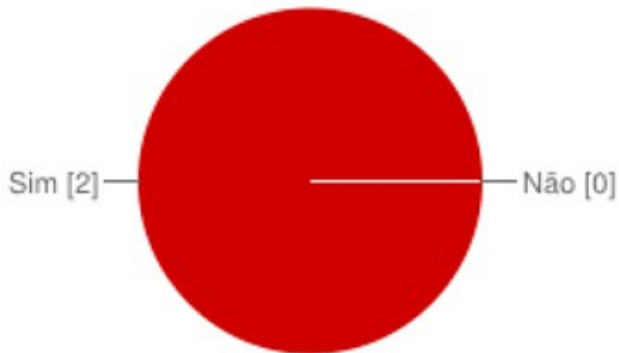
A verificação das informações junto a fontes primárias é prática corriqueira da equipe?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



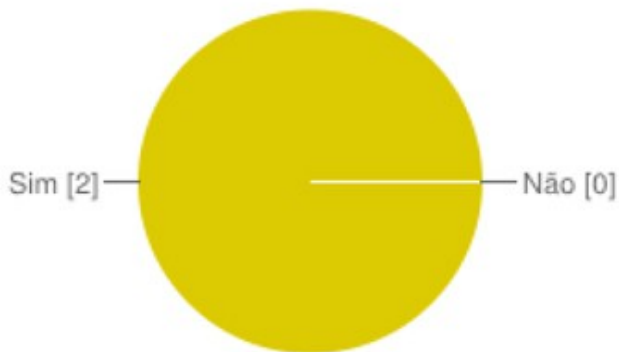
A direção de Redação recomenda a contextualização dos dados apurados no processo de produção das matérias?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



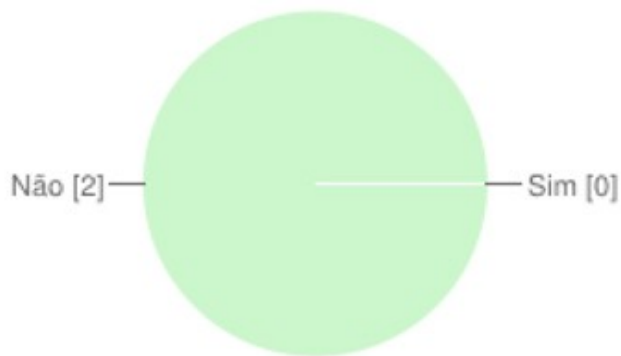
A ABr respeita e abre espaço editorial para o direito de resposta?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



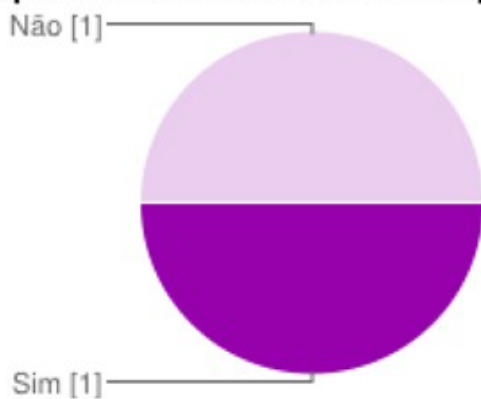
Há espaço para textos opinativos e comentários?

Sim	0	0%
Não	2	100%



A informação veiculada reflete de maneira equitativa a pluralidade de pontos de vista representados na sociedade? Explique

Sim	1	50%
Não	1	50%

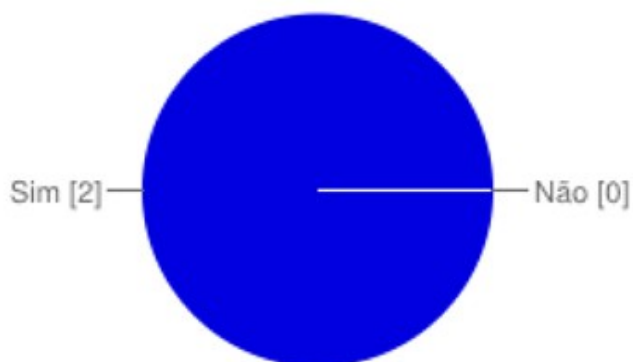


Comentários

É o que buscamos sempre, mas às vezes isso não é possível por vários motivos como, por exemplo, restrições a viagens, recusa do entrevistado etc. Apesar de tentarmos, nem sempre conseguimos ouvir todos os lados envolvidos. Mas essa é a orientação geral para os repórteres.

Normas sobre a cobertura jornalística destacam explicitamente a necessidade de a apuração garantir pluralidade de fontes, inclusive de grupos marginalizados?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



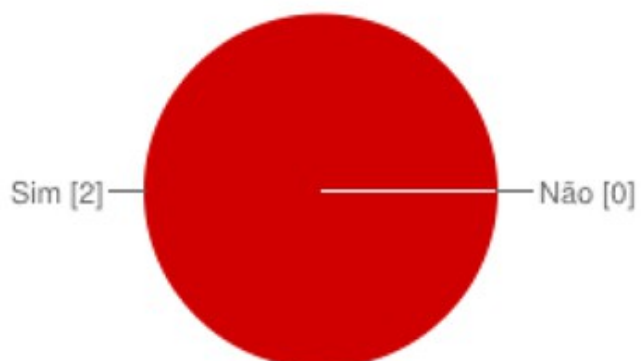
A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



A diretoria executiva é explicitamente comprometida com a qualidade das informações produzidas pela organização?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



A orientação editorial encoraja a imparcialidade nas matérias jornalísticas?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



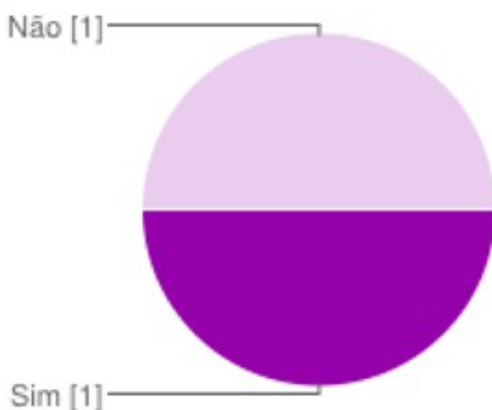
A orientação editorial considera o respeito à dignidade, privacidade e integridade dos indivíduos no processo de produção jornalística?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



Tem mecanismos reconhecidos para proteger a Redação de pressões internas e externas?

Sim **1** 50%
Não **1** 50%



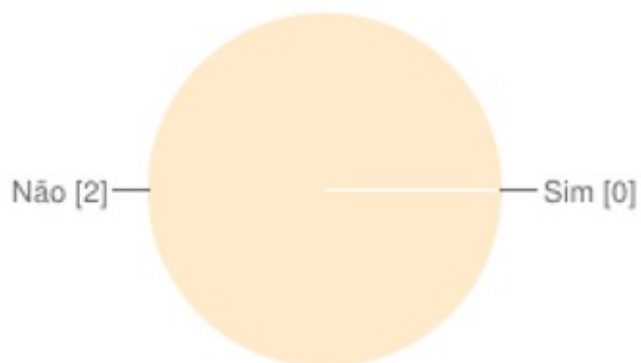
O jornalista compartilha com sua chefia a identidade da eventual fonte anônima?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



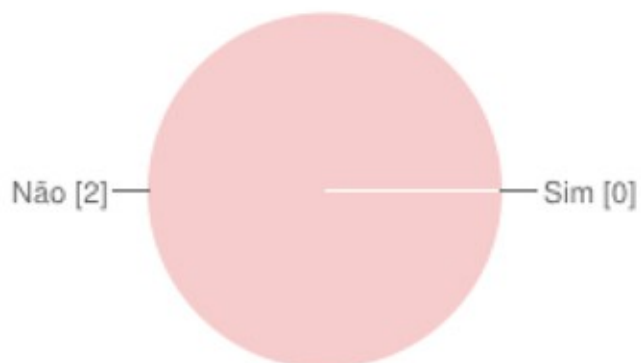
Existe mecanismo de coleta e processamento de sugestões e de críticas internas relativas à linha editorial?

Sim **0** 0%
Não **2** 100%

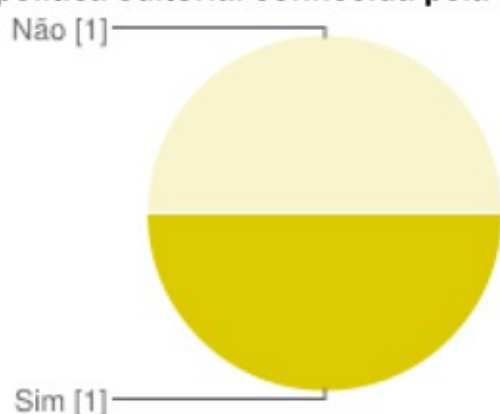


Há um Conselho Editorial institucionalizado?

Sim **0** 0%
Não **2** 100%

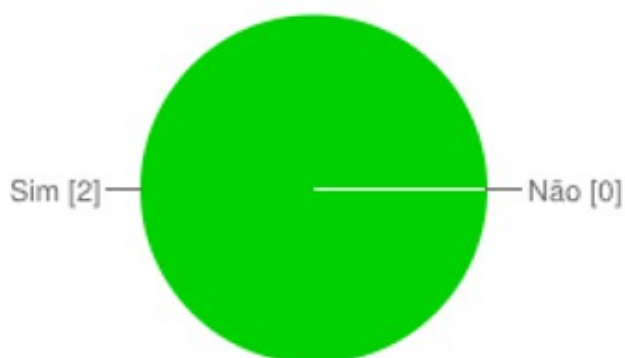


Há mecanismos de monitoramento e avaliação da produção jornalística com base em política editorial conhecida pela Redação?



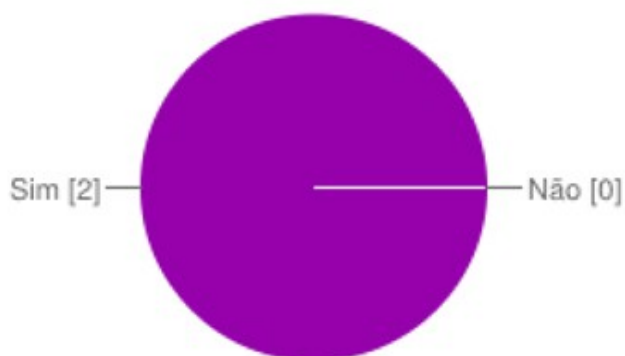
Sim	1	50%
Não	1	50%

Avalia regularmente os erros editoriais cometidos e toma providências para sanar seus efeitos?



Sim	2	100%
Não	0	0%

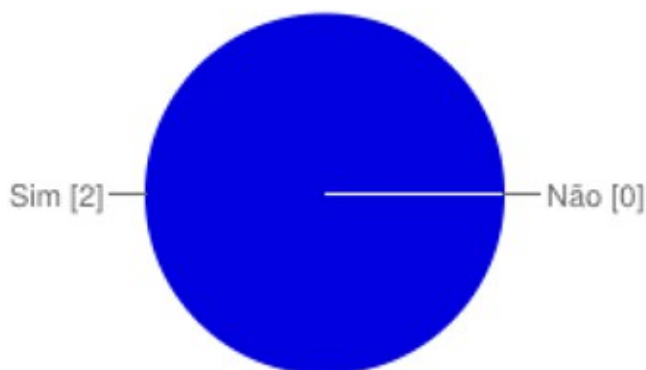
Há procedimento padrão para a correção de erros de informação e impropriedades veiculados no produto jornalístico?



Sim	2	100%
Não	0	0%

Há normas para o tratamento de informação gerada por assessorias de imprensa e/ou de comunicação?

Sim	2	100%
Não	0	0%



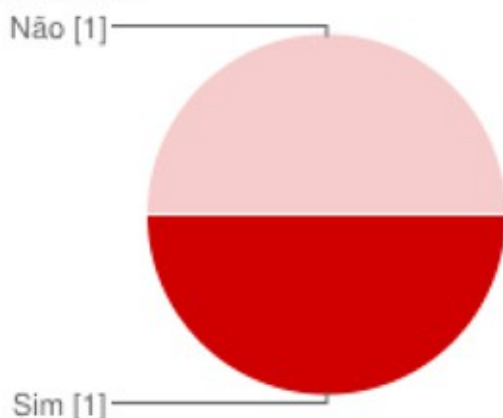
A ABr aceita que seus jornalistas recorram à cláusula de consciência para recusar alguma tarefa?

Sim	2	100%
Não	0	0%



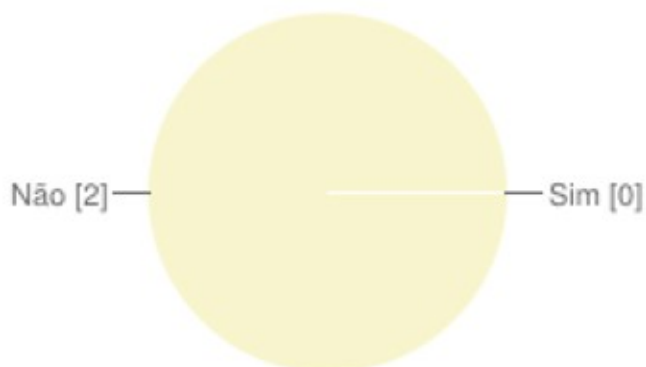
Há espaços institucionais que promovam o contato dos jornalistas com seus leitores/audiência?

Sim	1	50%
Não	1	50%



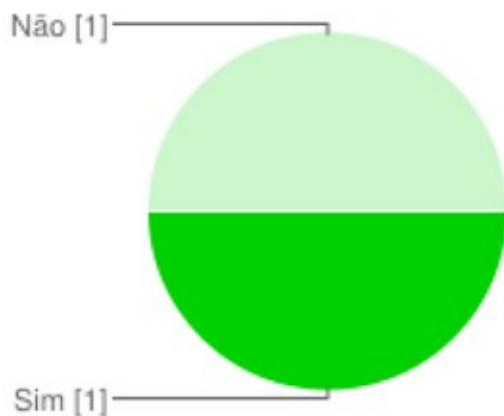
Há um Conselho de Leitores?

Sim	0	0%
Não	2	100%



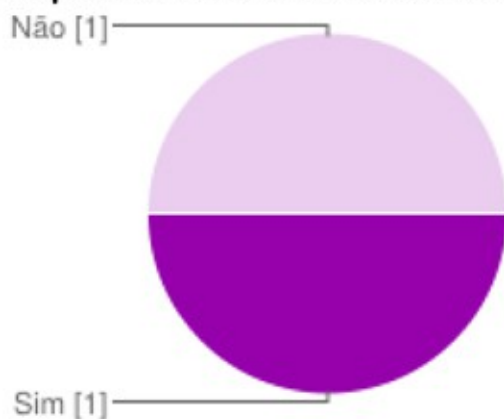
O veículo jornalístico tem interesse em publicar cartas e opiniões dos leitores/audiência?

Sim	1	50%
Não	1	50%

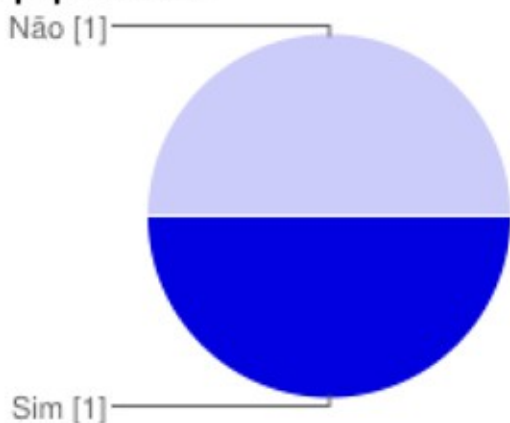


Acompanha e leva em consideração o monitoramento de sua produção editorial por parte da cidadania e de observatórios independentes?

Sim	1	50%
Não	1	50%

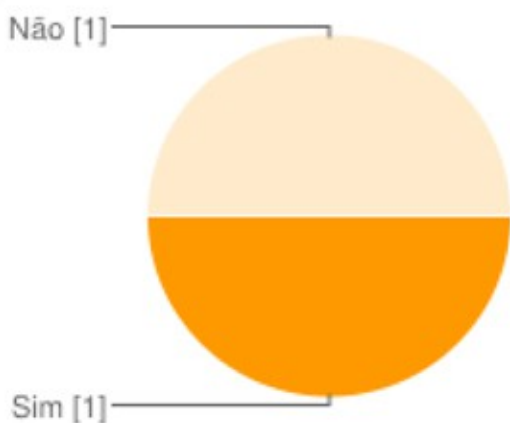


Acompanha e considera as pesquisas acadêmicas sobre seu desempenho editorial e papel social?



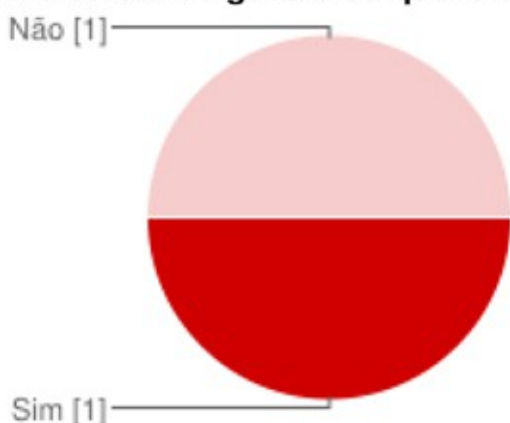
Sim	1	50%
Não	1	50%

Tem por norma acompanhar as boas práticas e as experiências internacionais do setor?



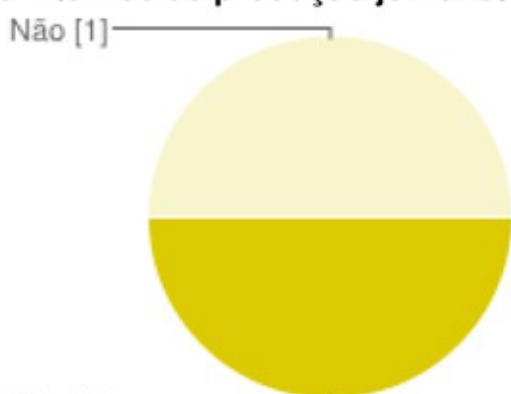
Sim	1	50%
Não	1	50%

A ABr tem divisão, departamento, profissional específico, unidade ou grupo de trabalho para cuidar da gestão da qualidade do jornalismo que produz?



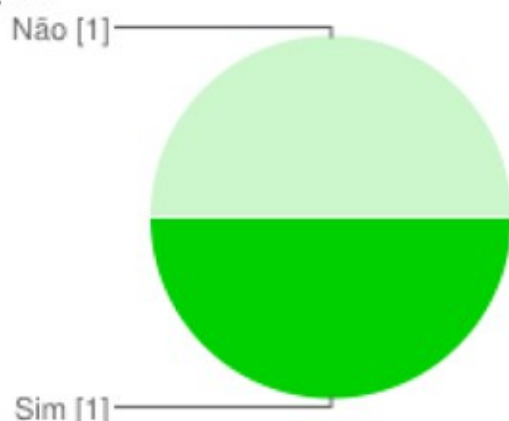
Sim	1	50%
Não	1	50%

Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?



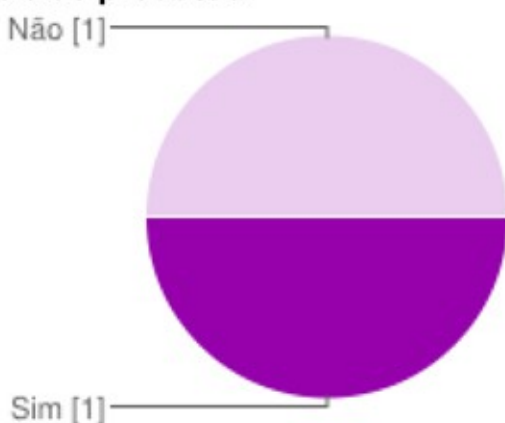
Sim	1	50%
Não	1	50%

Documentos e registros são usados no apoio à operação jornalística da organização?



Sim	1	50%
Não	1	50%

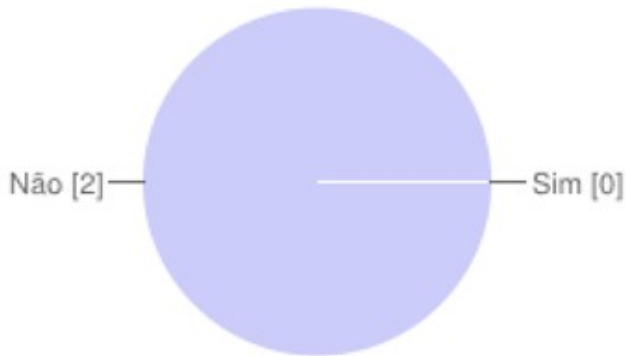
Os documentos são claros na definição de pontos de controle da qualidade de processos e de produtos?



Sim	1	50%
Não	1	50%

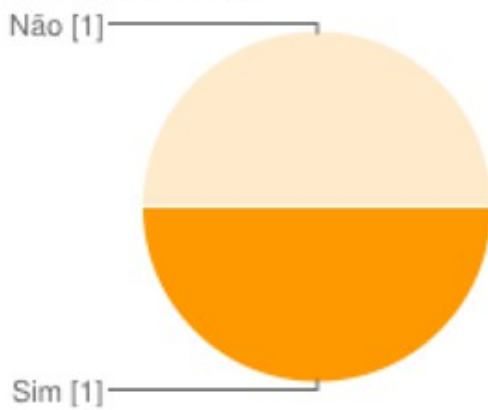
Existe um Manual de Qualidade?

Sim	0	0%
Não	2	100%



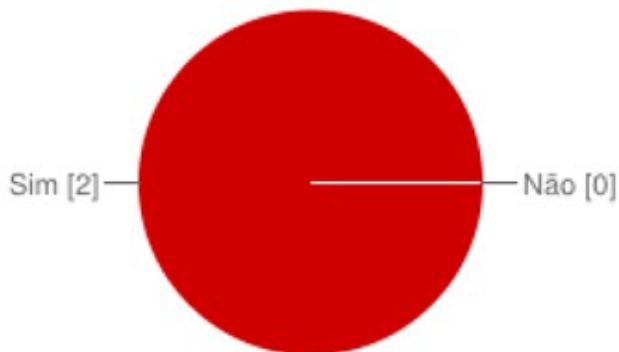
Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da AB com o governo, seu mantenedor?

Sim	1	50%
Não	1	50%

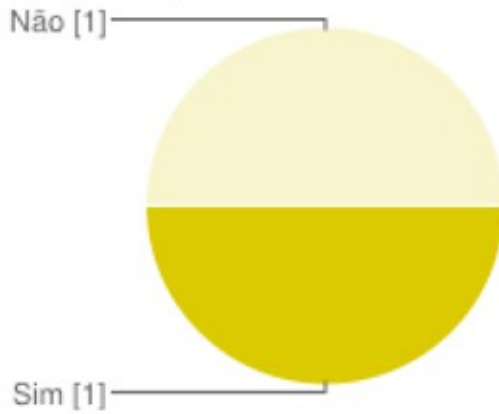


A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?

Sim	2	100%
Não	0	0%

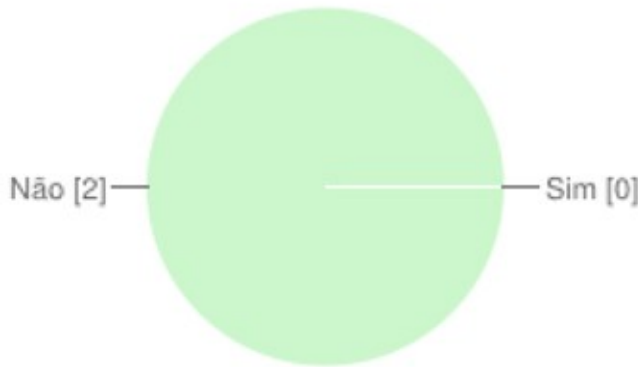


Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?



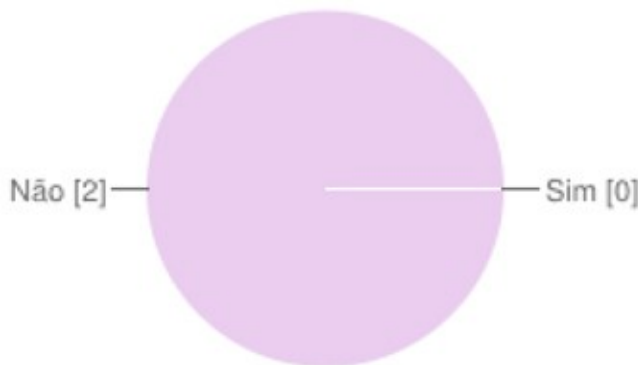
Sim	1	50%
Não	1	50%

Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?



Sim	0	0%
Não	2	100%

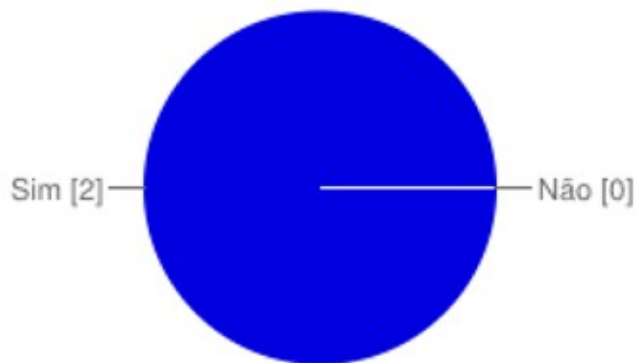
Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?



Sim	0	0%
Não	2	100%

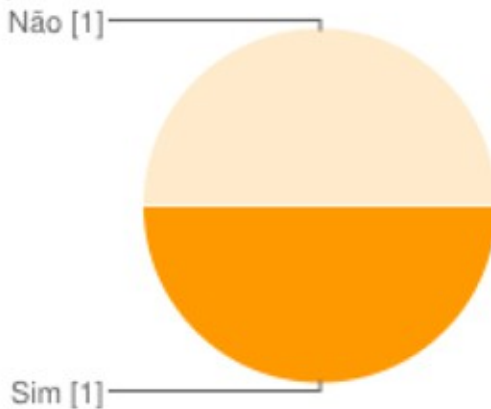
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?

Sim	2	100%
Não	0	0%



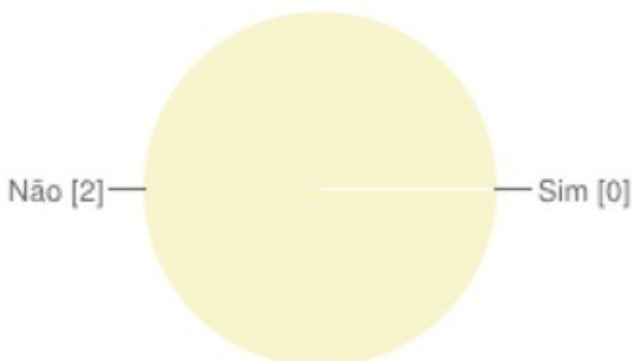
Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?

Sim	1	50%
Não	1	50%



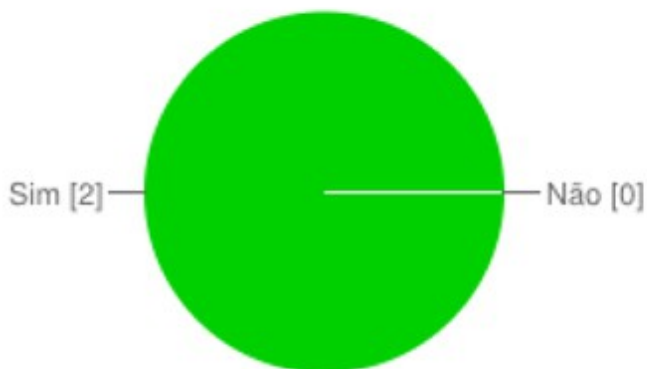
Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?

Sim	0	0%
Não	2	100%



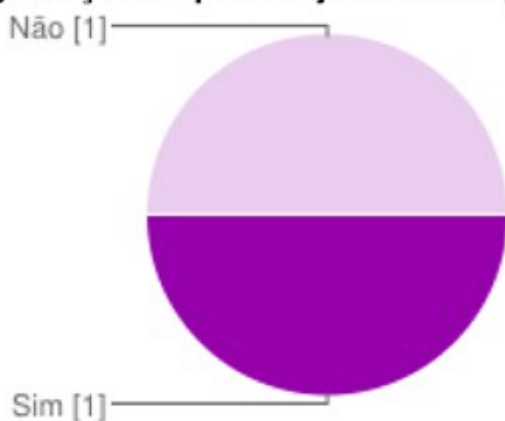
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?

Sim	2	100%
Não	0	0%



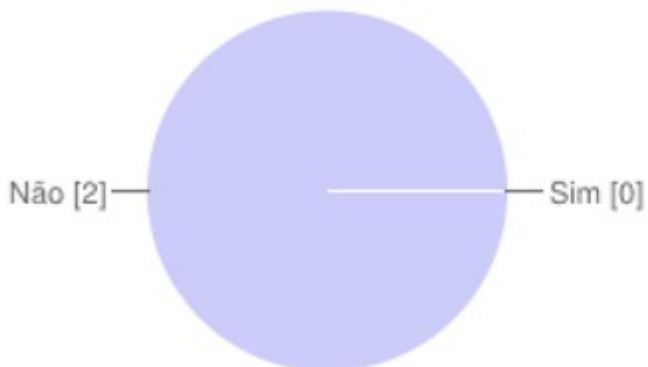
Provê segurança adequada a jornalistas que atuam em áreas de risco?

Sim	1	50%
Não	1	50%



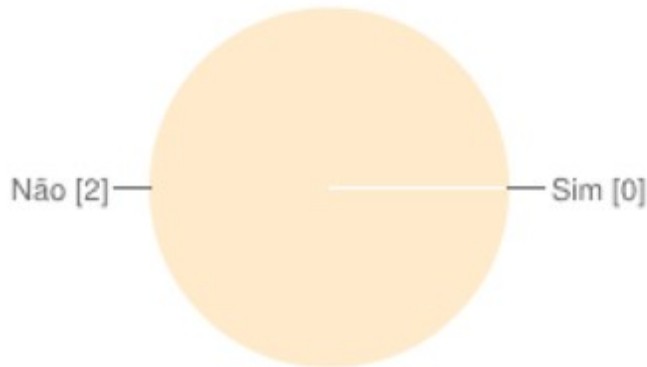
A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?

Sim	0	0%
Não	2	100%



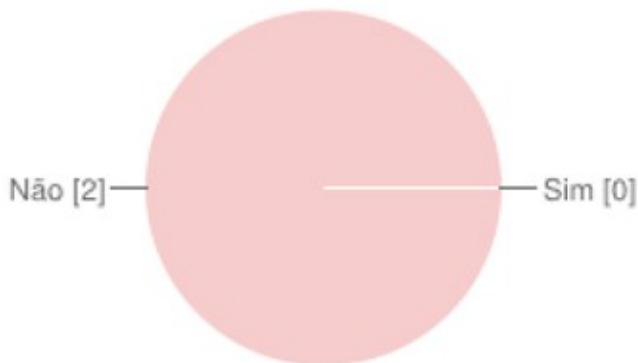
Os prazos de execução das atividades de reportagem e redação e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc.) são suficientemente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística?

Sim	0	0%
Não	2	100%



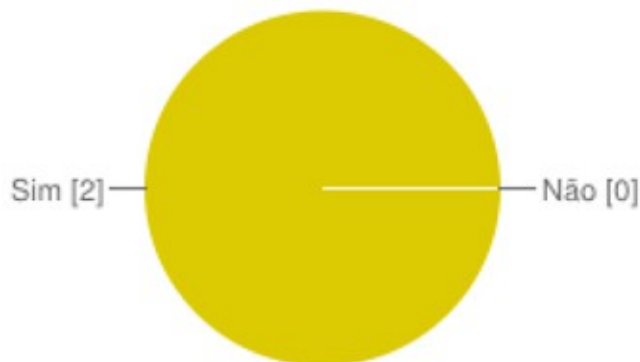
Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?

Sim	0	0%
Não	2	100%



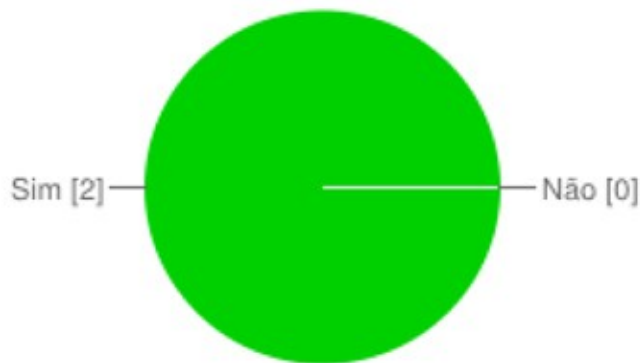
A pauta jornalística considera a missão e visão da ABr, na perspectiva de servir à cidadania e ao interesse público?

Sim	2	100%
Não	0	0%



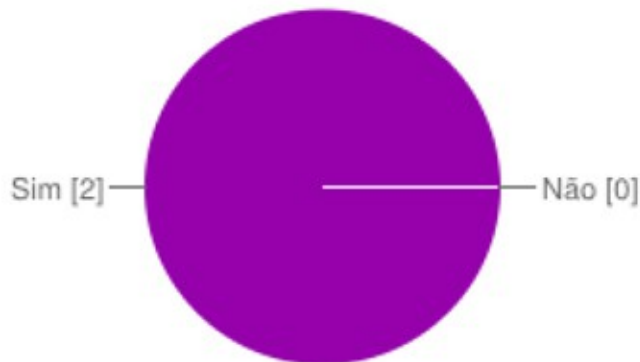
A pauta jornalística esforça-se por acompanhar os movimentos sociais?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%



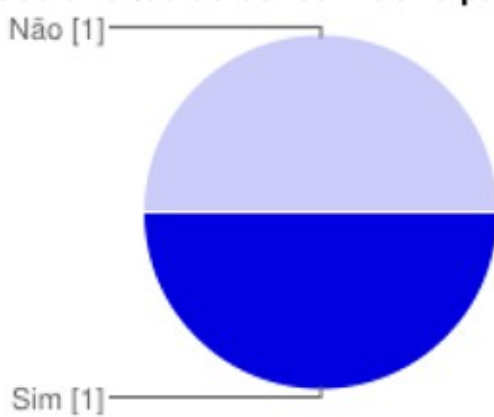
Há orientação editorial de garantir espaço para as minorias?

Sim **2** 100%
Não **0** 0%

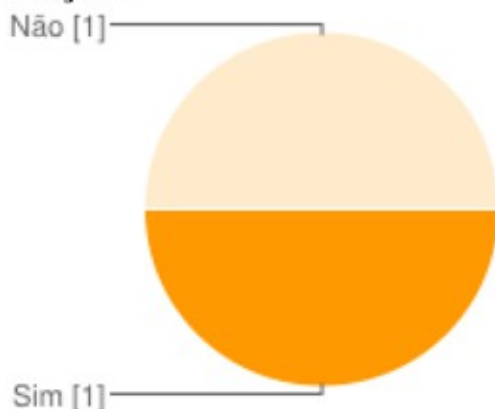


A defesa dos direitos do consumidor é pauta permanente?

Sim **1** 50%
Não **1** 50%

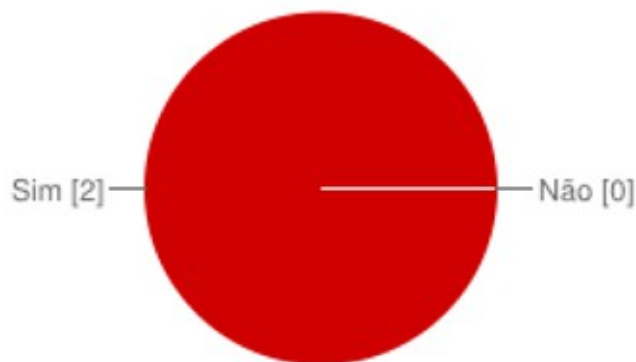


A política editorial define de forma clara os critérios de qualidade adotados pela organização?



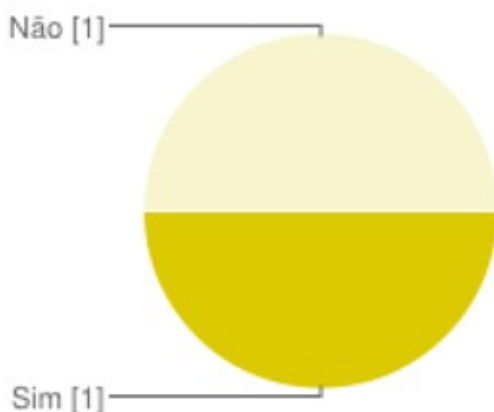
Sim	1	50%
Não	1	50%

A política editorial vincula a ética e padrões profissionais de excelência à qualidade jornalística?



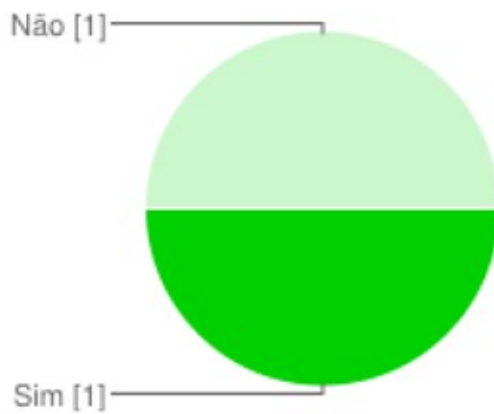
Sim	2	100%
Não	0	0%

A direção de Redação tem compromisso com programas internos de qualidade jornalística?



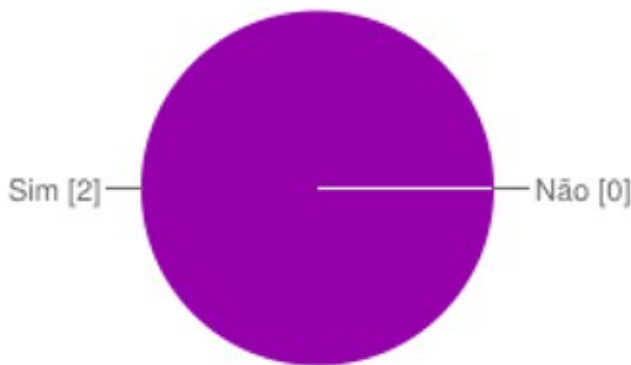
Sim	1	50%
Não	1	50%

A direção de Redação estimula a inovação e a criatividade entre seus jornalistas?



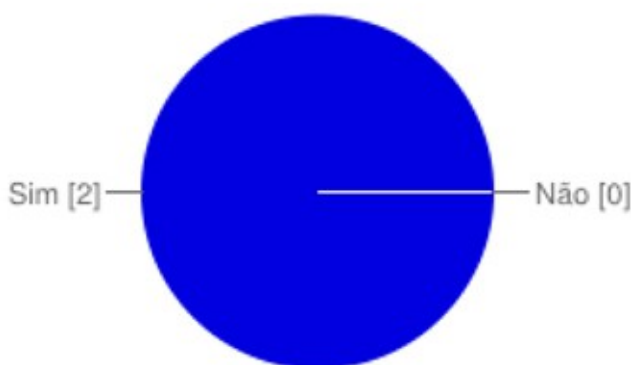
Sim	1	50%
Não	1	50%

As edições jornalísticas são avaliadas total ou parcialmente pelas chefias com as suas equipes?



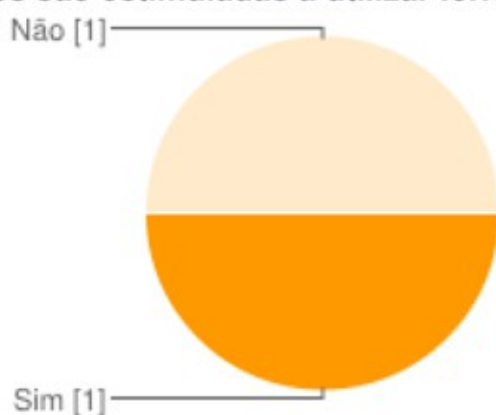
Sim	2	100%
Não	0	0%

As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?



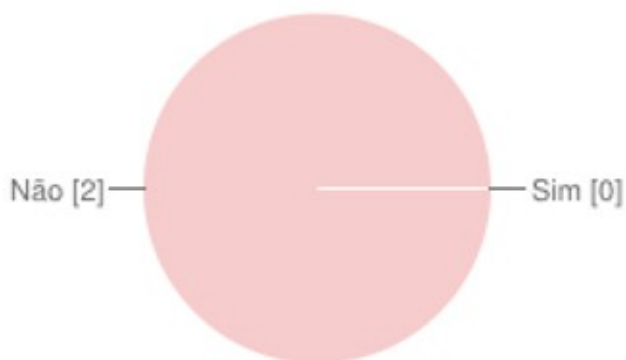
Sim	2	100%
Não	0	0%

As equipas são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?



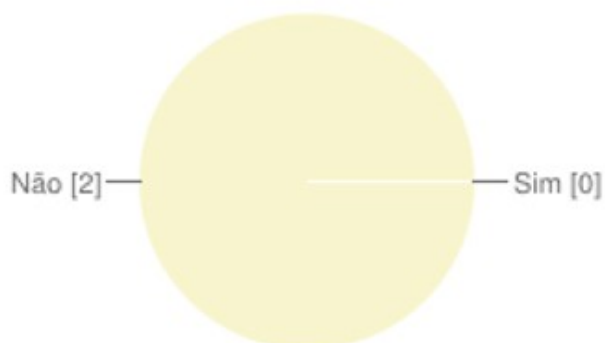
Sim	1	50%
Não	1	50%

As chefias estimulam as equipas a experimentarem novos formatos e angulações do conteúdo jornalístico?



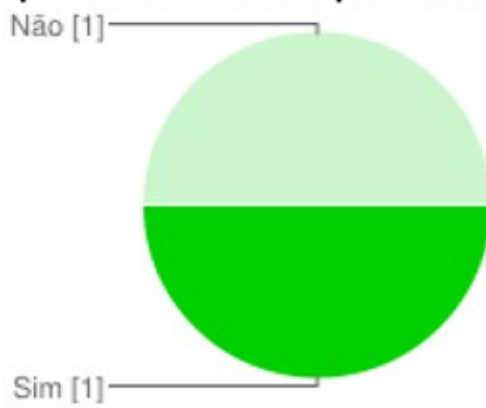
Sim	0	0%
Não	2	100%

A direção de Redação estimula a formação de equipas multidisciplinares para coberturas especiais?



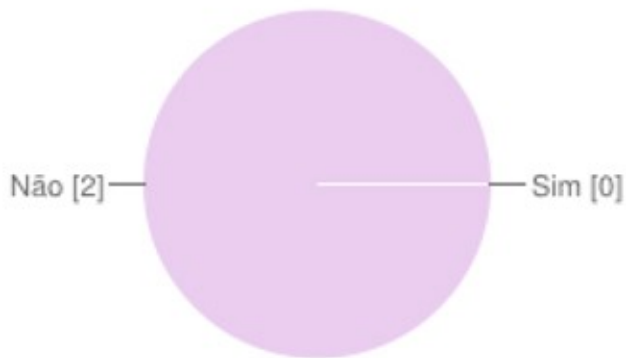
Sim	0	0%
Não	2	100%

A ABr tem política conhecida e publicada sobre a publicidade oficial?



Sim	1	50%
Não	1	50%

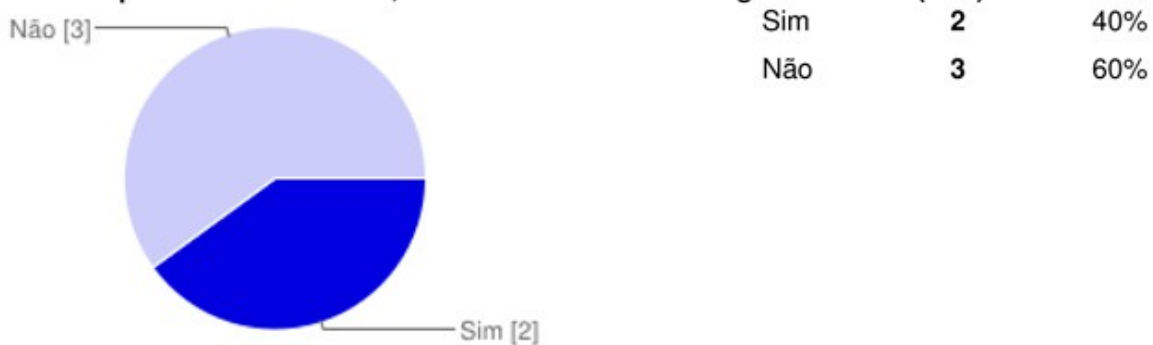
A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial? Cite alguns eventuais casos.



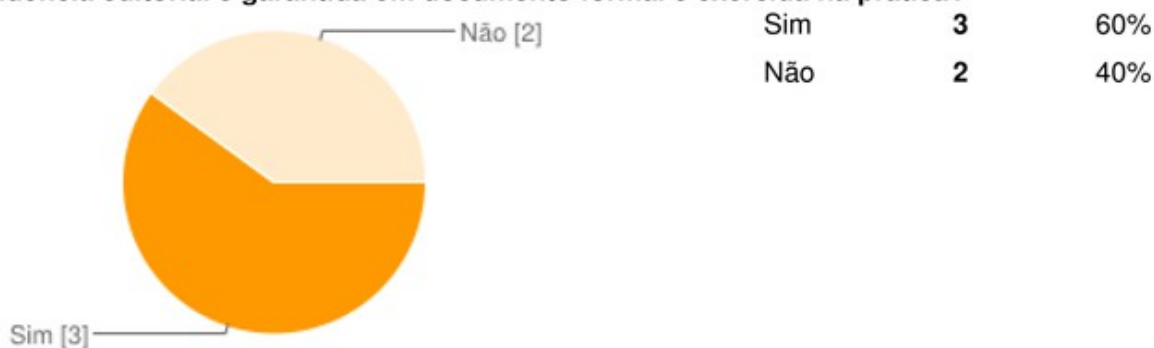
Sim	0	0%
Não	2	100%

Grupo 3 (Repórteres): Respostas

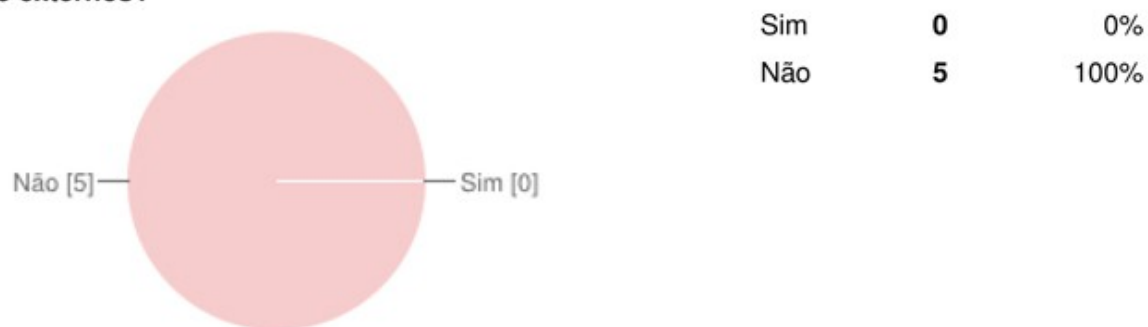
São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?



A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?



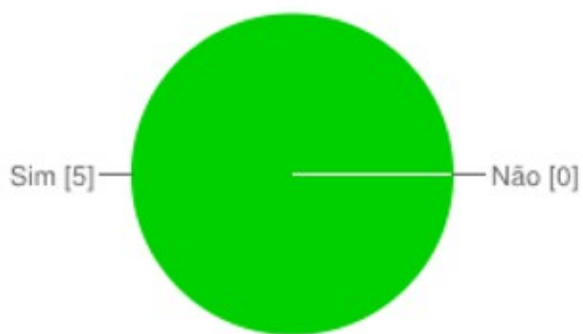
Os processos de tomada de decisão da ABr são transparentes para os grupos de interesses internos e externos?



A ABr respeita o direito de filiação sindical dos seus jornalistas?

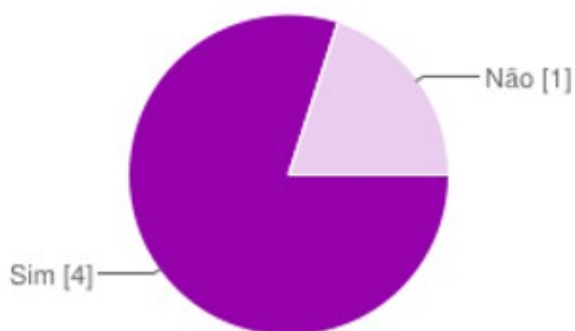


A equipe é claramente informada sobre seus deveres e responsabilidades?



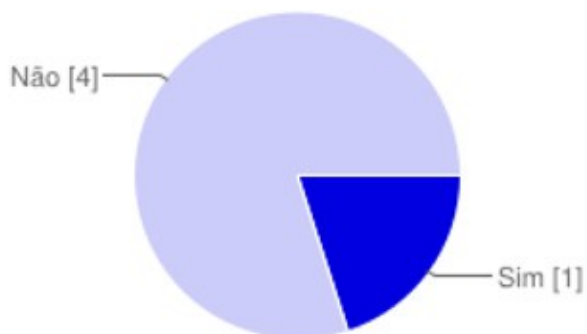
Sim	5	100%
Não	0	0%

A equipe é claramente informada sobre seus direitos contratuais?



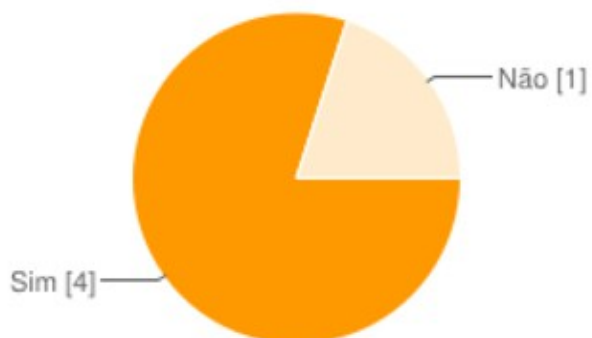
Sim	4	80%
Não	1	20%

A equipe é informada sobre a política de recrutamento?



Sim	1	20%
Não	4	80%

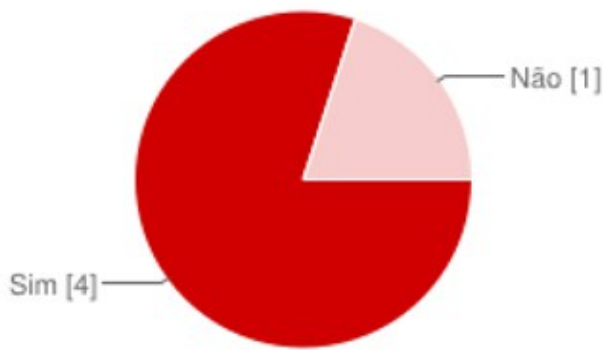
A equipe é informada sobre os critérios de avaliação de desempenho?



Sim	4	80%
Não	1	20%

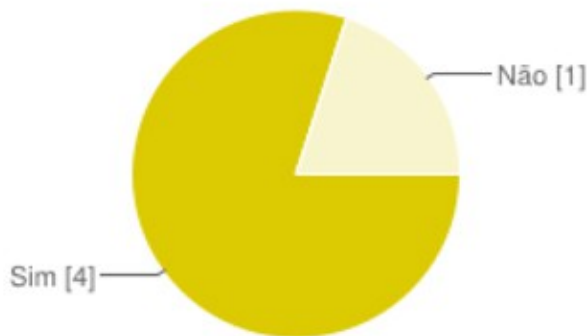
A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?

Sim	4	80%
Não	1	20%



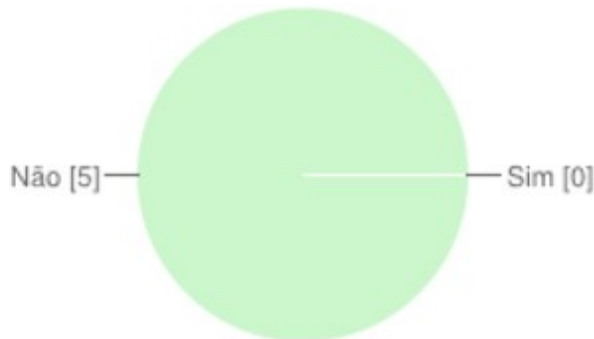
Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?

Sim	4	80%
Não	1	20%



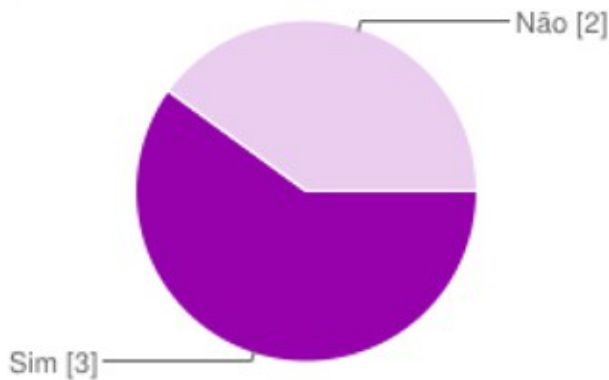
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?

Sim	0	0%
Não	5	100%

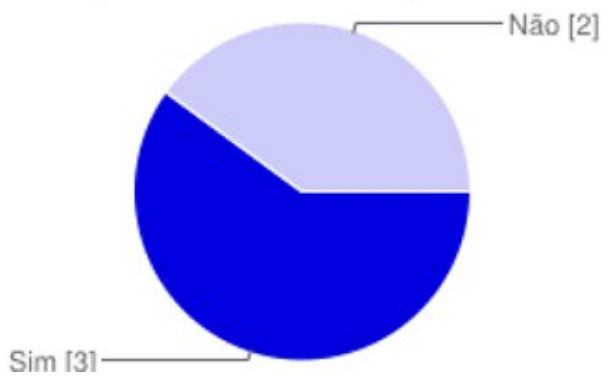


A ABr tem padrões de excelência reconhecidos no âmbito interno?

Sim	3	60%
Não	2	40%

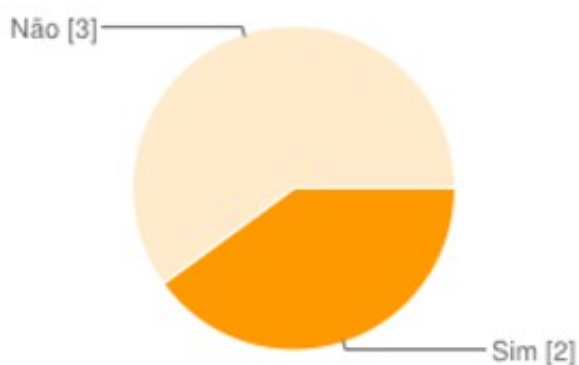


Expõe seus compromissos editoriais por meio de documentos de acesso público?



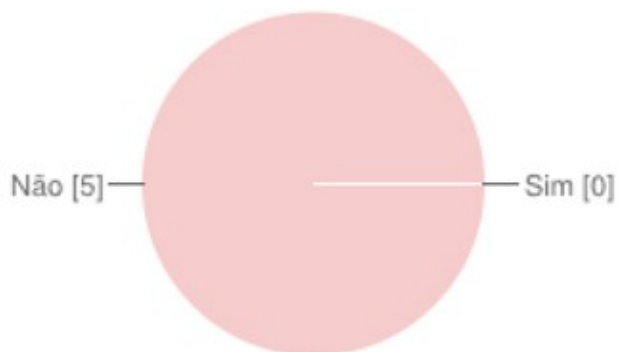
Sim	3	60%
Não	2	40%

A equipe é informada/consultada antes de alterações importantes da política editorial?



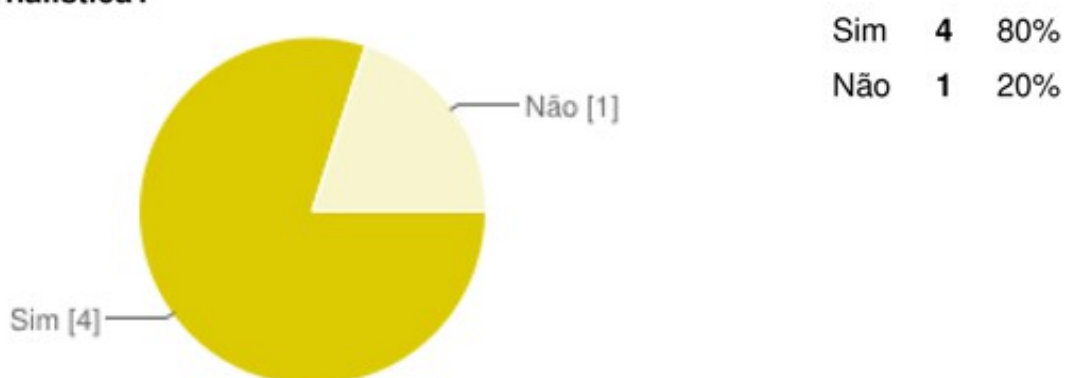
Sim	2	40%
Não	3	60%

A equipe é informada sobre o orçamento da instituição?

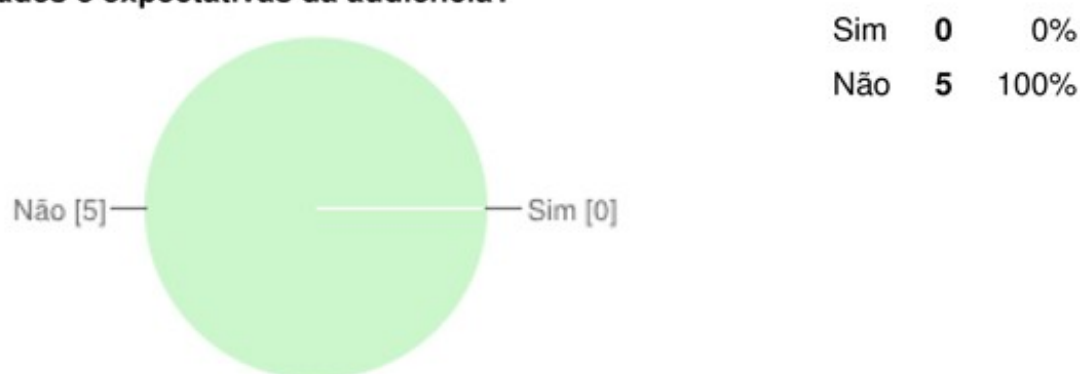


Sim	0	0%
Não	5	100%

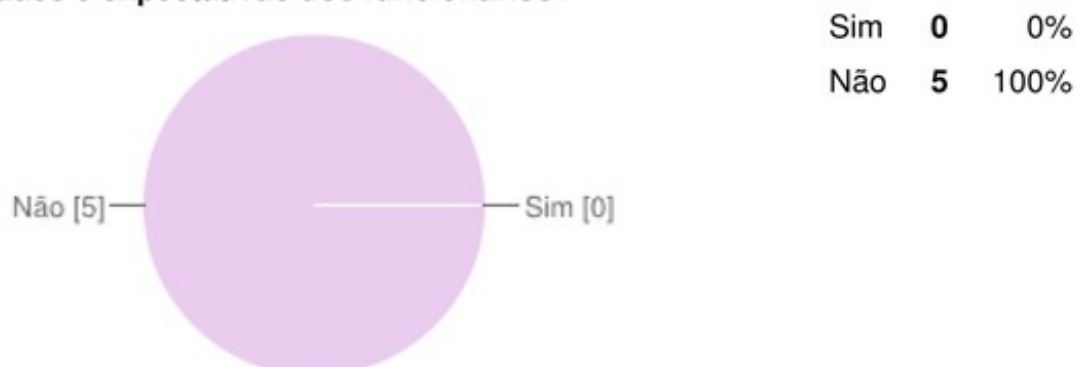
A ABr tem uma política de qualidade formalizada ou mesmo subentendida pela equipe jornalística?



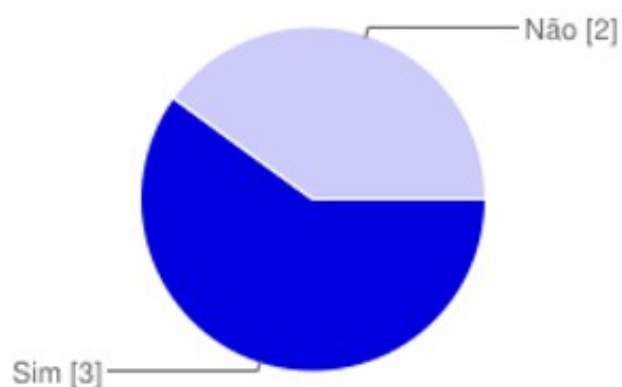
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?



Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?

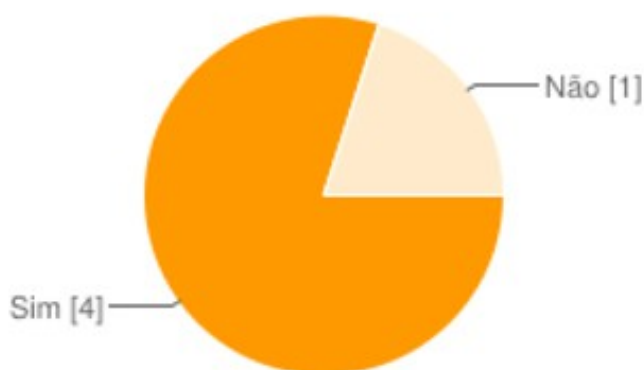


Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?



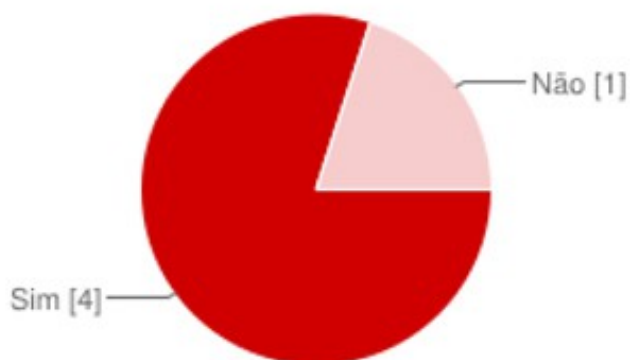
Sim 3 60%
Não 2 40%

É claro para a Redação que o compromisso do veículo é com a sociedade e não com suas fontes de informação?



Sim 4 80%
Não 1 20%

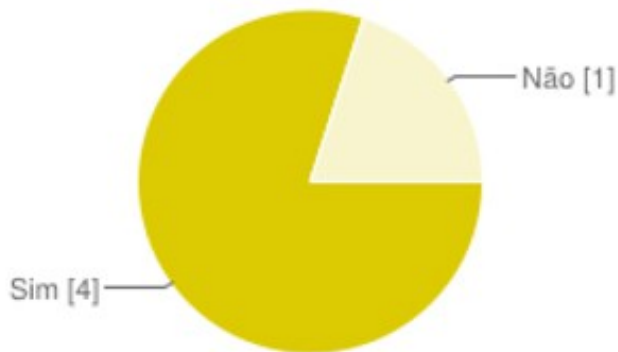
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações privilegiadas, em especial na cobertura de assuntos econômicos?



Sim 4 80%
Não 1 20%

A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações reservadas atinentes à segurança nacional?

Sim	4	80%
Não	1	20%



A verificação das informações junto a fontes primárias é prática corriqueira da equipe?

Sim	5	100%
Não	0	0%

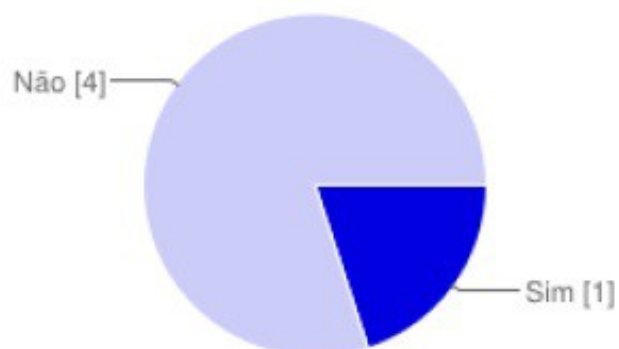


A direção de Redação recomenda a contextualização dos dados apurados no processo de produção das matérias?

Sim	5	100%
Não	0	0%



O veículo abre espaço editorial para a Investigação Jornalística de longo curso? Se sim, com que frequência?



Sim	1	20%
Não	4	80%

Comentário

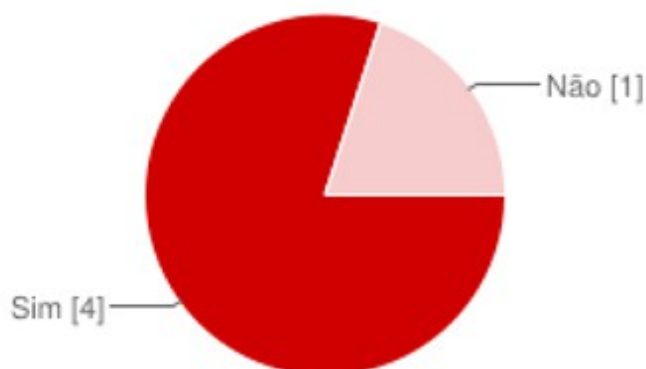
Depende do assunto.

As informações incorretas são retificadas com rapidez?



Sim	5	100%
Não	0	0%

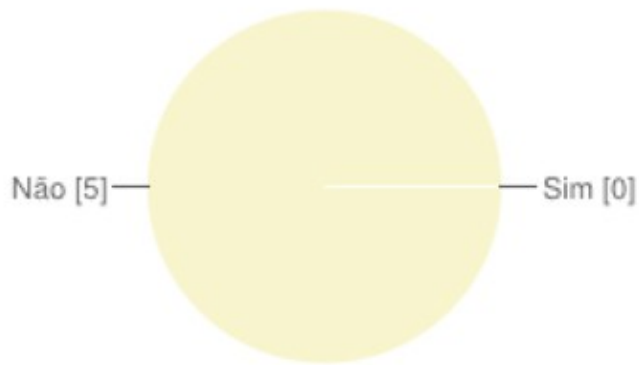
A ABr respeita e abre espaço editorial para o direito de resposta?



Sim	4	80%
Não	1	20%

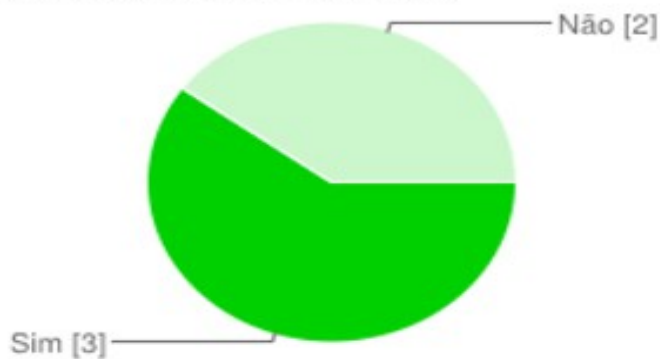
Há espaço para textos opinativos e comentários?

Sim	0	0%
Não	5	100%



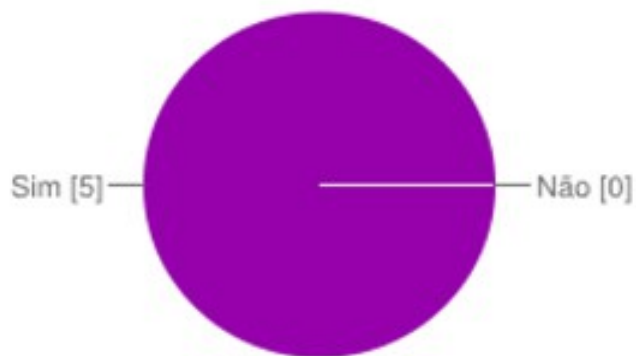
A informação veiculada reflete de maneira equitativa a pluralidade de pontos de vista representados na sociedade?

Sim	3	60%
Não	2	40%

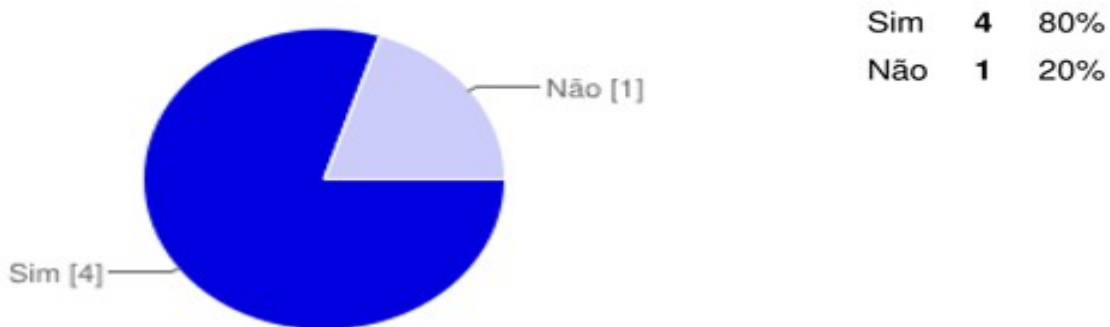


Normas sobre a cobertura jornalística destacam explicitamente a necessidade de a apuração garantir pluralidade de fontes, inclusive de grupos marginalizados?

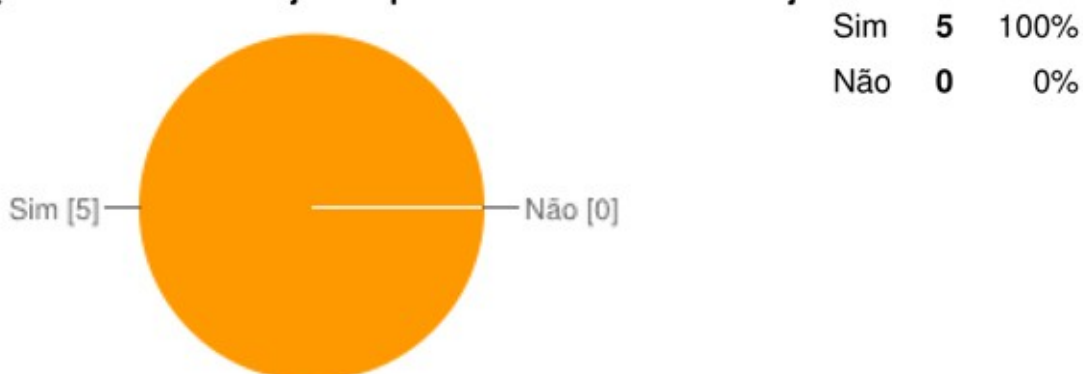
Sim	5	100%
Não	0	0%



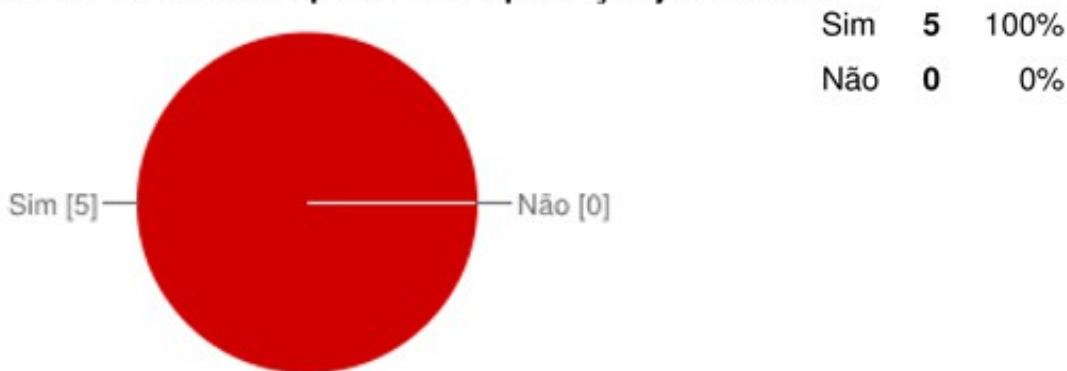
A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?



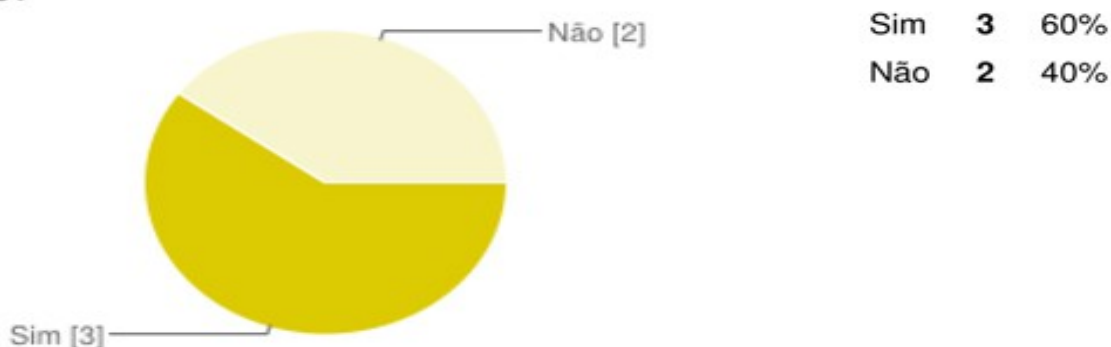
A orientação editorial encoraja a imparcialidade nas matérias jornalísticas?



A orientação editorial considera o respeito à dignidade, privacidade e integridade dos indivíduos no processo de produção jornalística?

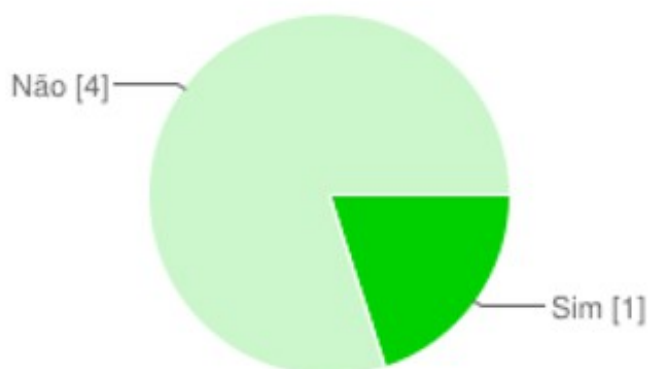


Tem mecanismos reconhecidos para proteger a Redação de pressões internas e externas?



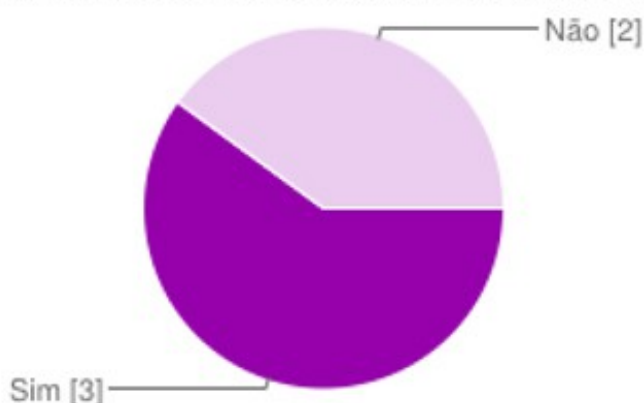
A linha editorial é conhecida pelos funcionários e demais colaboradores?

Sim 1 20%
Não 4 80%



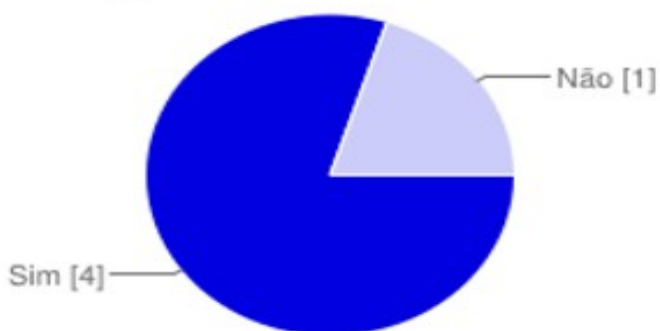
Há uma norma editorial de tratamento das fontes anônimas?

Sim 3 60%
Não 2 40%



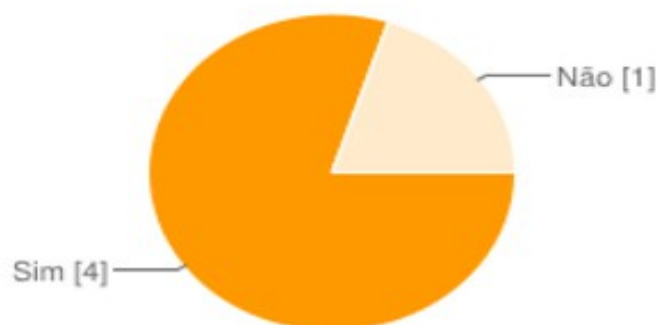
Quando o uso das fontes anônimas é inevitável, a audiência é informada dos motivos dessa opção?

Sim 4 80%
Não 1 20%



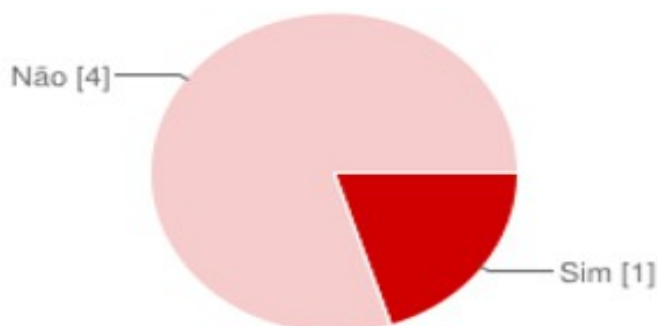
O jornalista compartilha com sua chefia a identidade da eventual fonte anônima?

Sim 4 80%
Não 1 20%



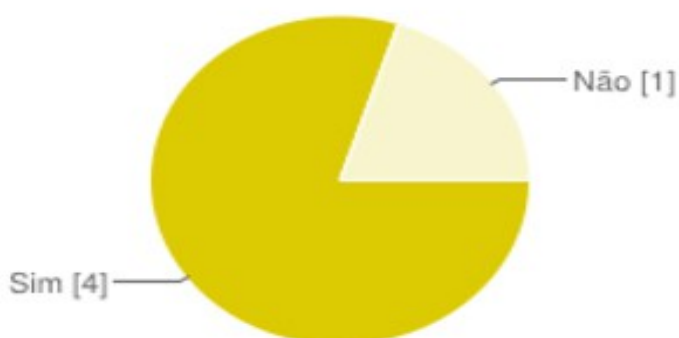
Existe mecanismo de coleta e processamento de sugestões e de críticas internas relativas à linha editorial?

Sim	1	20%
Não	4	80%



Há normas para o tratamento de informação gerada por assessorias de imprensa e/ou de comunicação?

Sim	4	80%
Não	1	20%



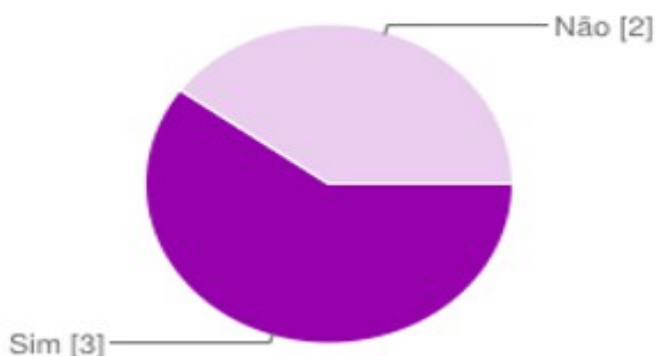
A ABr aceita que seus jornalistas recorram à cláusula de consciência para recusar alguma tarefa?

Sim	4	80%
Não	1	20%

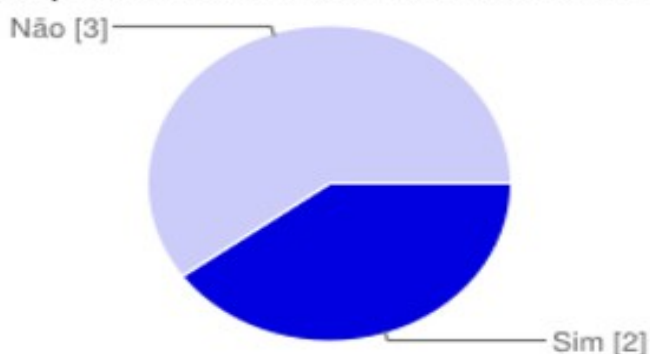


Há espaços institucionais que promovam o contato dos jornalistas com seus leitores/audiência?

Sim	3	60%
Não	2	40%

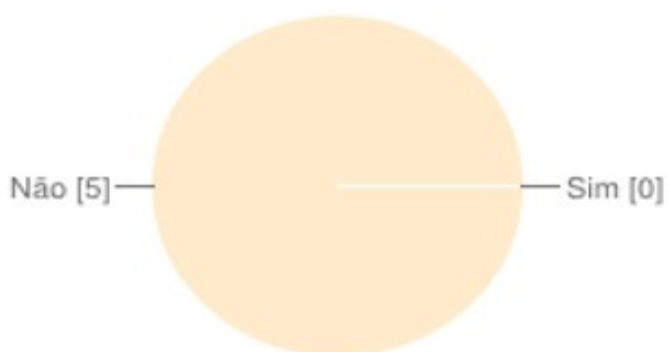


Acompanha e leva em consideração o monitoramento de sua produção editorial por parte da cidadania e de observatórios independentes?



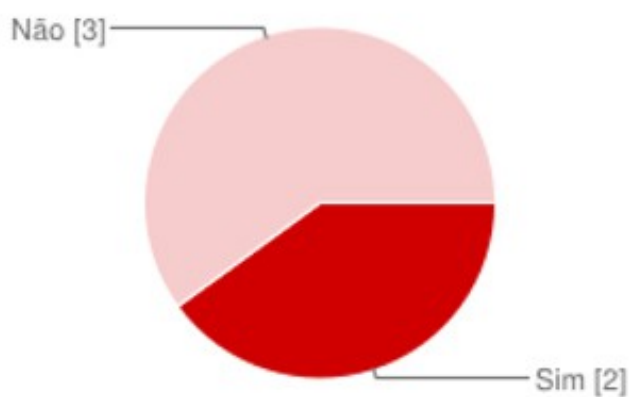
Sim	2	40%
Não	3	60%

Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?



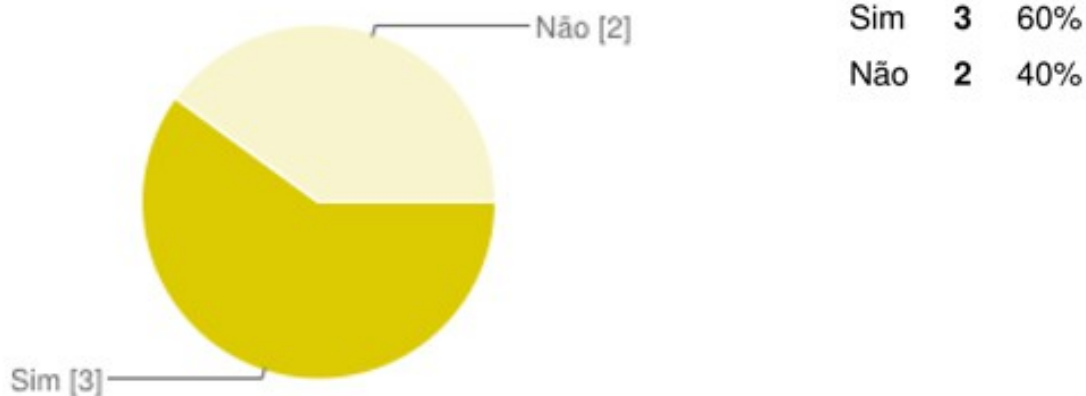
Sim	0	0%
Não	5	100%

Existe um Manual de Qualidade?

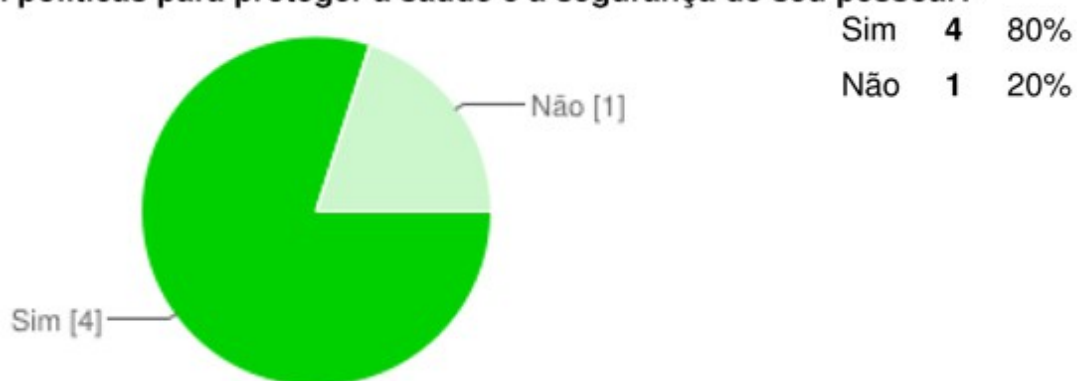


Sim	2	40%
Não	3	60%

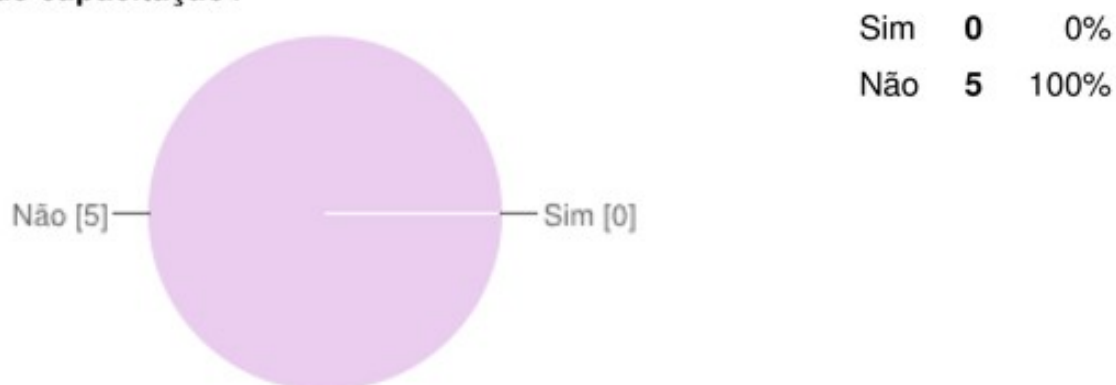
Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da ABr com o governo, seu mantenedor?



A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?

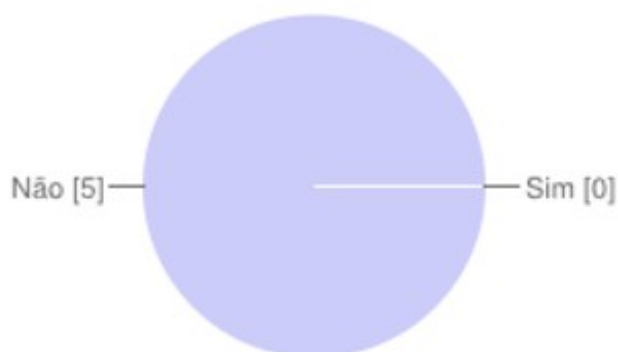


Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?



Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?

Sim	0	0%
Não	5	100%



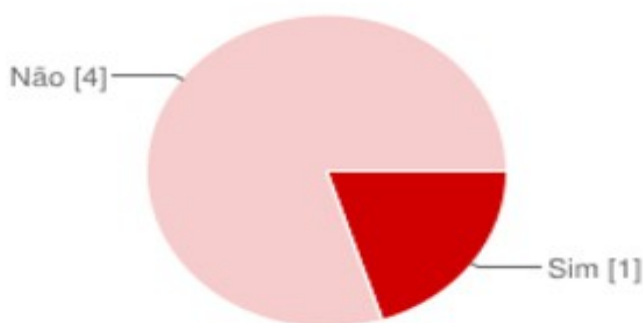
Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?

Sim	0	0%
Não	5	100%



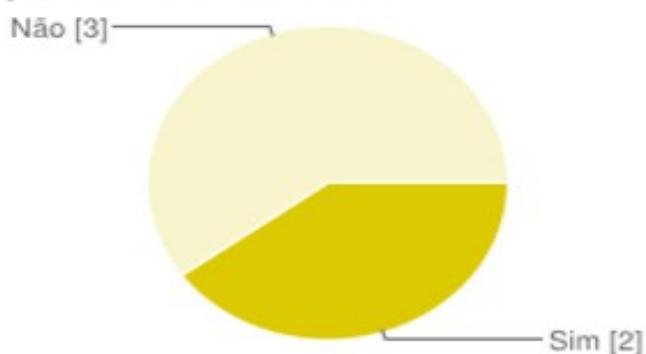
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?

Sim	1	20%
Não	4	80%



Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?

Sim	2	40%
Não	3	60%



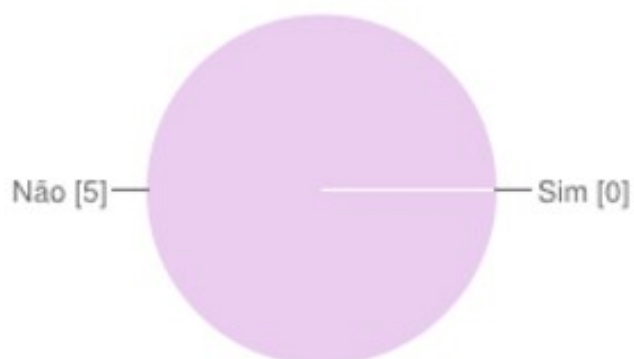
Promove regularmente seminários internos sobre temas gerais da cobertura jornalística?

Sim	0	0%
Não	5	100%



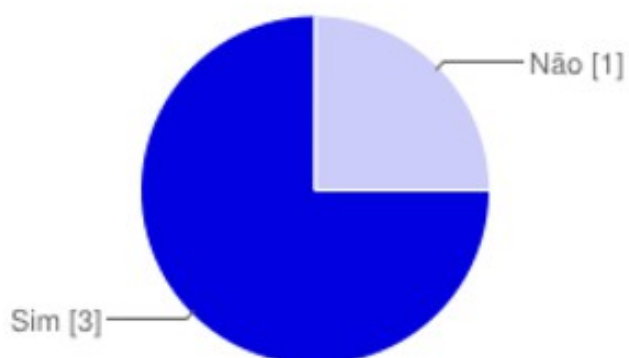
Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?

Sim	0	0%
Não	5	100%



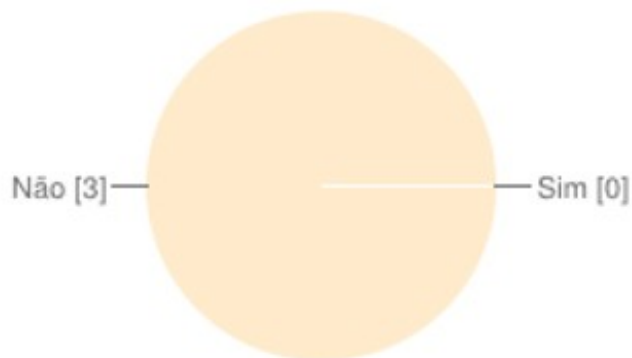
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?

Sim	3	60%
Não	1	20%



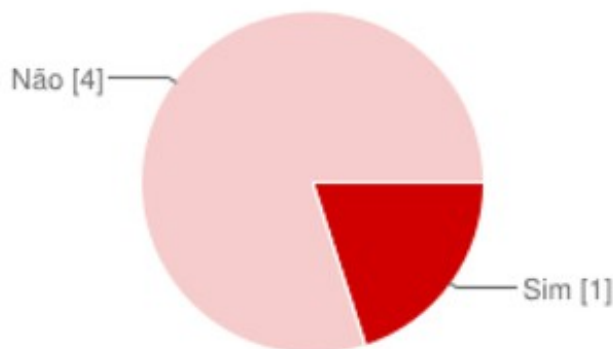
Provê segurança adequada a jornalistas que atuam em áreas de risco?

Sim	0	0%
Não	3	60%



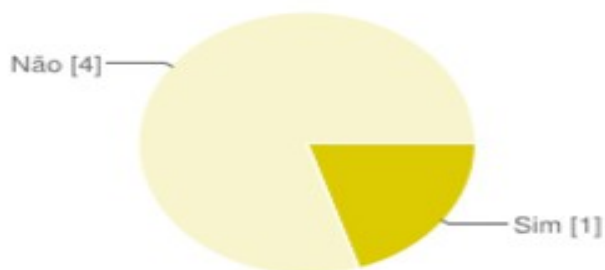
A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?

Sim	1	20%
Não	4	80%



Os prazos de execução das atividades de reportagem e redação e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc.) são suficientemente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística? [Em caso negativo, explique]

Sim	1	20%
Não	4	80%



Uma agência de notícias em tempo real precisa de um suporte maior do backoffice, com uma equipe mais estruturada e um maior número de integrantes para transmitir com maior agilidade as notícias. Precisa trocar os equipamentos de TI obsoletos. Uma agência que trabalha em tempo real deve possuir, no mínimo, smartphones que permitam, no trabalho de campo, a verificação de e-mails etc. Enquanto, a concorrência trabalha com aparelhos sintonizados às redações, usamos celulares simples, sem acesso à internet.

Equipamentos de informática lentos e ultrapassados, o que dificulta a agilidade de nosso trabalho

O número de telefones é insuficiente, não temos celular com internet para nos manter

informado durante as esperas em portarias de ministérios e em audiências públicas no Congresso Nacional e os notebooks precisam ser trocados.

A quantidade de equipamentos - como telefones fixos, celulares, computadores e acesso a internet - ainda é insuficiente para atender à demanda da redação e dar agilidade e qualidade à produção jornalística.

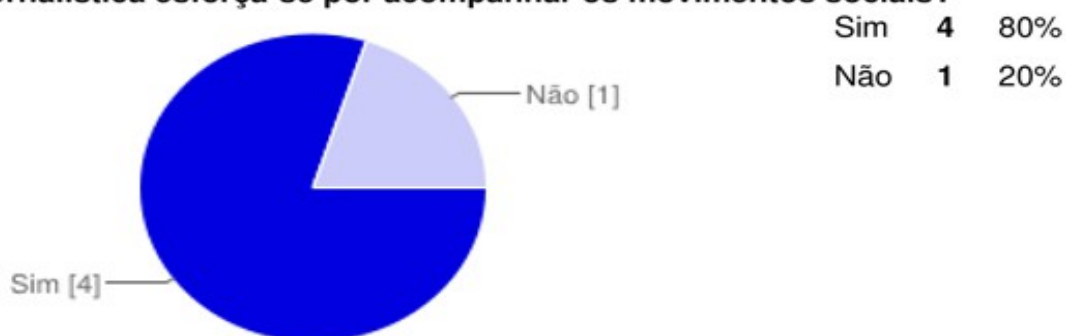
Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?



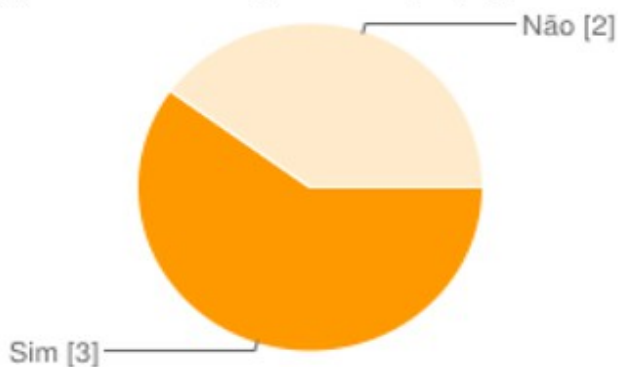
A pauta jornalística considera a missão e visão da ABr, na perspectiva de servir à cidadania e ao interesse público?



A pauta jornalística esforça-se por acompanhar os movimentos sociais?

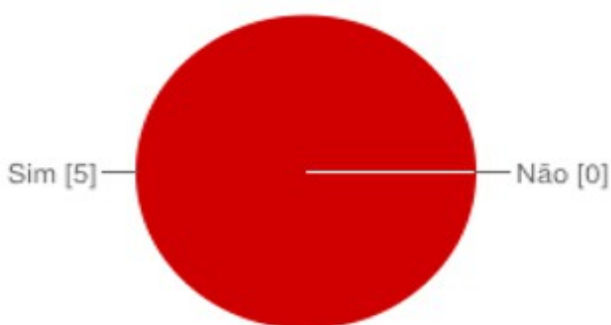


Há orientação editorial de garantir espaço para as minorias?



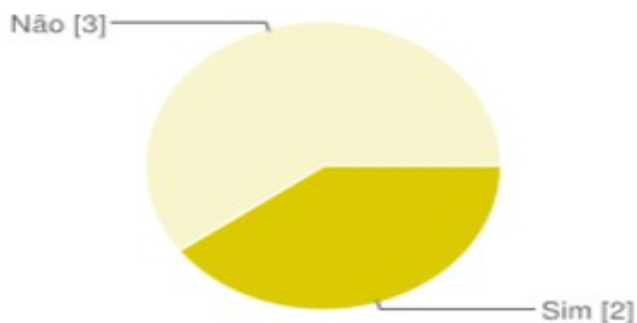
Sim 3 60%
Não 2 40%

A defesa dos direitos do consumidor é pauta permanente?



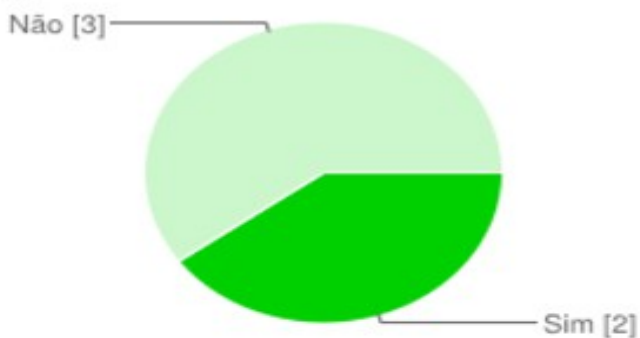
Sim 5 100%
Não 0 0%

A política editorial define de forma clara os critérios de qualidade adotados pela organização?



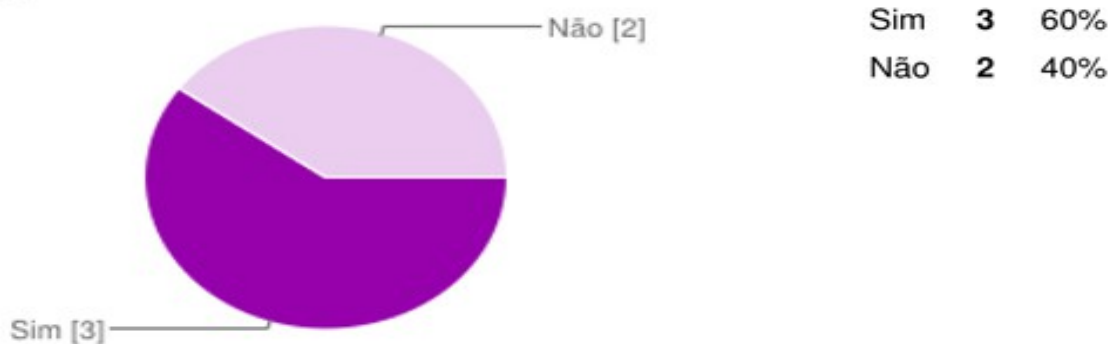
Sim 2 40%
Não 3 60%

A direção de Redação tem compromisso com programas internos de qualidade jornalística?

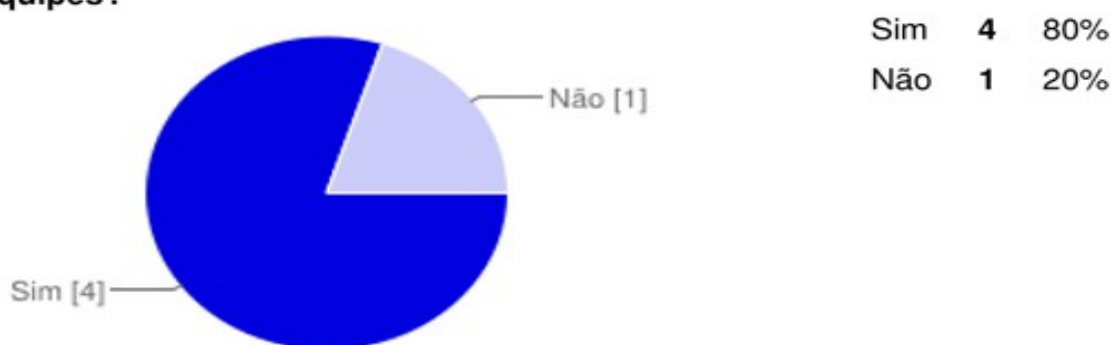


Sim 2 40%
Não 3 60%

A direção de Redação estimula a inovação e a criatividade entre seus jornalistas?



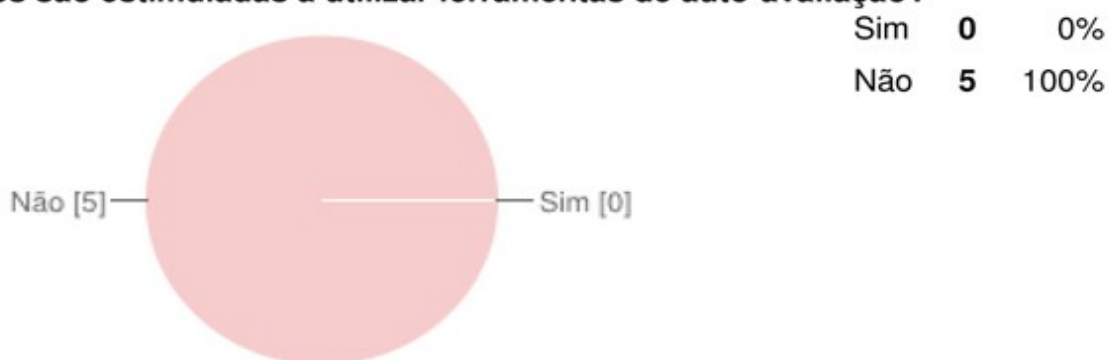
As edições jornalísticas são avaliadas total ou parcialmente pelas chefias com as suas equipes?



As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?



As equipes são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?



As chefias estimulam as equipes a experimentarem novos formatos e angulações do conteúdo jornalístico?

Sim	0	0%
Não	5	100%



A direção de Redação estimula a formação de equipes multidisciplinares para coberturas especiais? Exemplifique.

Sim	4	80%
Não	1	20%

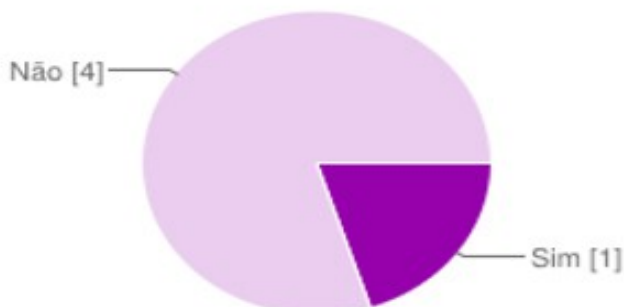


Comentário

Sim, em algumas coberturas ampliadas, como o especial recentemente produzido para o Dia da Consciência Negra, que reuniu cinco repórteres, inclusive da sucursal do Rio de Janeiro. Na vinda do presidente dos Estados Unidos, por exemplo, tínhamos repórteres especializados nas áreas internacional, econômica e política cobrindo todos os desdobramentos da visita. Em outras coberturas especiais também acontece isso, incluindo especialistas na área de direito, defesa, educação, meio ambiente, etc... Produção de material especial em conjunto com outros veículos da empresa, como televisão e radiojornal...

A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial? Cite eventuais casos.

Sim	1	20%
Não	4	80%



Comentário

Um repórter foi convidado a conhecer o Centro de Monitoramento da Defesa Civil. Na volta, disse à chefia de reportagem que a visita não rendia nenhuma matéria, mas teve que escrever depois que a assessoria de imprensa do Ministério da Integração cobrou uma reportagem sobre a visita. Em outra ocasião, um repórter escreveu uma matéria em que relatava que a ministra da Secretaria de Direitos Humanos, Maria do Rosário, reconheceu violações de direitos humanos nas obras da Usina Hidrelétrica de Belo Monte durante uma reunião com conselheiros. Após a publicação, a assessoria negou...

3.4 Considerações preliminares

Com os resultados desta etapa da pesquisa, é possível alguns apontamentos a respeito das condições de produção da ABr. Destacam-se os seguintes:

a) Independência editorial garantida: As respostas dos três grupos de profissionais da ABr (gestores da EBC, da ABr e jornalistas da ABr) afirmam que a independência é garantida em documento formal e também exigida na prática. Mas dos cinco repórteres que responderam o questionário, dois discordaram. Apesar de faltarem exemplos concretos dos episódios de questionamentos, no comentário da questão sobre a interferência do governo no conteúdo editorial, um respondente comentou:

Um repórter foi convidado a conhecer o Centro de Monitoramento da Defesa Civil. Na volta, disse à chefia de reportagem que a visita não rendia nenhuma matéria, mas teve que escrever depois que a assessoria de imprensa do Ministério da Integração cobrou uma reportagem sobre a visita.

Nesse caso, apenas um dos cinco jornalistas respondeu que a ABr permite alguma influência do governo nas matérias.

b) Procedimentos práticos para questões delicadas: A ABr parece ter normas claras quanto a alguns aspectos, a saber:

(1) Equipes para coberturas especiais: Quatro jornalistas responderam que a empresa estimula isso. Destaca-se o comentário: “Sim, em algumas coberturas especiais, como o especial recentemente produzido para o Dia da Consciência Negra, que reuniu cinco repórteres... Em outras coberturas especiais também acontece isso, incluindo especialistas na área de direito, defesa, educação, meio ambiente, etc... Produção de material em conjunto com outros veículos da empresa,

como televisão e rádiojornal”. Apesar de a maioria dos jornalistas afirmarem que recebem estímulo para formar essas equipes, os dois editores que responderam o questionário discordaram;

(2) Apoio jurídico aos jornalistas processados: Os dois editores respondem que sim, a ABr dá esse apoio aos repórteres, enquanto os jornalistas se dividem: houve quatro respostas, sendo três afirmativas. Destaca-se o comentário: “Por exemplo, não sabemos de um caso de repórter da ABr processado por sua prática jornalística para saber se a empresa o defende.”;

(3) Aceita que os jornalistas recorram à cláusula de consciência para negar matérias: Os dois editores dizem que sim. Quatro (80%) dos repórteres também respondem afirmativamente. Ou seja, fica claramente indicada a cultura de respeito à cláusula de consciência profissional, algo que é muito caro aos jornalistas.;

(4) Há normas para o tratamento da informação que vem de assessorias: Os dois editores dizem que sim e também 80% dos repórteres. Essa distinção é importante no sentido de reafirmar a independência editorial dos entes públicos. Afinal, todos os órgãos federais têm sistemas profissionalizados de assessoria e disputam a pauta da mídia comercial. Supõe-se que a pressão sobre a EBC/ABr seria mais intensa nesse sentido;

(5) Compartilhamento de fonte anônima com chefia: Novamente, os editores e 80% dos repórteres dizem que sim. Os respondentes evidenciam que informação *off* deve ter sempre um tratamento especial, considerando o papel e o compromisso público da Empresa.

c) Demanda diária não é atendida: A questão de fundo era checar se os prazos de execução das atividades de reportagem e redação e os recursos de logística são suficientes. Os dois editores responderam que não; quatro dos cinco jornalistas responderam que não. Destacamos o comentário de um deles:

Uma agência de notícias em tempo real precisa de um suporte maior no *backoffice*, com uma equipe mais estruturada e um maior número de integrantes para transmitir com maior agilidade as notícias. Precisa trocar os equipamentos de TI obsoletos.

Há também uma percepção contraditória: os dois editores dizem que os jornalistas não conseguem atender à demanda diária de produção, enquanto os repórteres dizem que sim. No nível de gestão superior da EBC, temos duas respostas positivas.

d) O leitor ajuda na qualificação do material, mas não participa ativamente da produção: Segundo as respostas obtidas entre gestores da EBC, da Agência Brasil e jornalistas, as informações obtidas no serviço de atendimento ao consumidor são utilizadas em processos de melhoria da qualidade da ABr. De acordo com os dois primeiros grupos, os valores corporativos

reconhecem como relevantes os interesses e as demandas dos *stakeholders* e consumidores de produtos e serviços. Porém, as respostas também indicam que não há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência. Além disso, não há conselho de leitores, espaço para textos opinativos e comentários ou pesquisas regulares de opinião para avaliar o grau de satisfação com os produtos.

O contato com o público também gera outro ponto de discussão: se não existe um mecanismo de verificação das demandas nem espaço para opinião e comentários, como saber quem consome a informação veiculada pela Agência? De acordo com a alta gestão da EBC, a ABr não submete os dados de circulação e audiência para auditoria externa. Os usuários variam desde portais e veículos de comunicação (que utilizam os conteúdos e produção da ABr) até leitores comuns. Sem um canal de retorno efetivo para o leitor, não há como identificá-lo de forma completa e adequar forma (*layout*) e conteúdo da ABr em função de quem consome a informação ali produzida.

e) Poucas informações sobre a gestão: De acordo com os resultados obtidos, a equipe da ABr não é informada sobre o orçamento da instituição e tampouco é consultada antes de alterações significativas na política editorial. Para a maioria dos profissionais respondentes – 50% no grupo dois, 100% dos jornalistas e um entre os três gestores da EBC entrevistados – os processos de tomada de decisão não são transparentes para os grupos de interesse internos e externos. Além disso, uma política de recrutamento pouco clara e a falta de um conselho editorial (específico para as necessidades da Agência, que podem não ser atendidas pelo Conselho Curador na sua totalidade) revelam uma grande distância entre os três grupos pesquisados, principalmente em relação à informação.

No tocante ao Orçamento da EBC ou da ABr, 100% dos repórteres respondentes disseram desconhecer quaisquer informações sobre o assunto. Os gestores da ABr concordam e dizem que a equipe não é informada sobre o orçamento da instituição. Isso reforça a percepção sobre transparência. No nível 2 (gestores da ABr) se dividem (50% sim e outros 50%, não) sobre a ideia de transparência ser um valor comum às áreas editorial, administrativa e industrial. Nesta questão, 100% dos repórteres dizem que não existe transparência nos processos internos de tomada de decisão, na EBC e na Agência: quando consultados se a equipe é informada ou consultada antes de alterações importantes da política editorial foram unânimes em afirmar “não”;

f) Público não tem acesso aos compromissos editoriais da EBC e ABr: Uma questão de alta relevância, do ponto de vista da natureza da instituição e seus objetivos estratégicos (servir ao

público, não ao Estado e eventuais governos), se revela de forma conflitante entre os gestores respondentes da ABr e os repórteres. Os gestores se dividem (sim e não, 50%); já os profissionais da redação da Agência se dividem – 60% diz que sim (público tem acesso) e 40% respondem não. Entretanto, não há de fato nenhum documento disponível no site da ABr tratando especificamente dos seus compromissos editoriais.

g) Conselho editorial institucionalizado: Esse é um item que contempla dois entendimentos conflitantes, do ponto de vista dos grupos 2 (gestores EBC) e 2 (gestores ABr). Para 50% dos gestores da EBC respondentes o Conselho inexistente; outros 50% dizem que sim. Ora, trata-se de um mecanismo de gestão, editorial e política, sobre o qual só caberia um tipo de resposta – afinal, existe ou não? Quando a questão é formulada aos gestores da Agência, a resposta é 100% negativa.

h) Manual de qualidade: Trata-se de outra questão sobre a qual os gestores da ABr e repórteres respondentes têm percepções conflitantes. No primeiro caso, à indagação “existe um Manual de Qualidade”, 100% dos gestores responderam que inexistente. A mesma pergunta formulada aos repórteres da Agência gerou duas respostas distintas: 40% disseram que sim, existe o Manual; outros 60% negaram sua existência. Afinal, existe ou não?

i) Problemas tecnológicos: A estrutura tecnológica da Agência Brasil recebeu críticas em algumas respostas, diagnóstico comum nos três grupos pesquisados. Além da infraestrutura limitada para o *site* – objeto do item 2 deste relatório – os profissionais tem dificuldades de realizar coberturas com os equipamentos disponíveis. No grupo três, um jornalista postou comentário dizendo que, enquanto a concorrência utiliza "aparelhos sincronizados às redações, a equipe da ABr trabalha com celulares simples, sem acesso à internet", e por isso “Precisa trocar os equipamentos de tecnologia da informação (TI) obsoletos”.

Para um veículo de comunicação online, que busca se apropriar das vantagens e especificidades do jornalismo online (como rapidez na transmissão da informação e utilização de recursos em várias mídias), é importante possuir tecnologias que auxiliem no trabalho de campo dos jornalistas (dispositivos móveis com conexão à internet, por exemplo). Também torna-se fundamental ter, na redação, computadores e infra-estrutura de TI (servidores, por exemplo) preparados para receber, editar e publicar conteúdos multimídia no portal da Agência Brasil.

Em resumo: ainda que a independência editorial seja garantida (item a) e que o Novo Manual traga orientações aos repórteres para coberturas delicadas (item b) sejam muito positivos, há aspectos que não apenas deixam a desejar na Agência Brasil, mas que contrariam algumas bases de um jornalismo público. A saber: o internauta ajuda na qualificação do material, mas não participa ativamente da produção (item d), existe pouca transparência de gestão e editorial (itens e e f, respectivamente) e não há acesso à participação de um processo decisório, com a inexistência de um conselho editorial (item g).

Somados, esses aspectos fragilizam em muito uma proposta que almeja ser de um sistema de comunicação público e amplo, democrático e participativo, que se pautar pela busca da excelência em sua produção jornalística.

4. O site da Agência Brasil

4.1 Elementos do Jornalismo Online e as premissas de Nielsen

A internet ainda não definiu padrões de linguagem, como os da televisão ou rádio, por exemplo, mas algumas distinções tem se tornado cada vez mais perceptíveis. Embora sua evolução seja rápida e com novas ferramentas sendo agregadas a cada dia, é preciso estabelecer formas eficientes de se comunicar com o internauta, e isso se dará a partir do entendimento de como este se relaciona com as ferramentas e possibilidades específicas da web.

Para Canavilhas (2007), embora as características deste novo tipo de jornalismo estejam perfeitamente identificáveis, até agora não foi estabilizado um modelo que explore convenientemente essas características, nomeadamente ao nível do processo de produção e da linguagem jornalística. Como explica o autor, a hipertextualidade, a multimidialidade, a interatividade, a capacidade de memória, a personalização, instantaneidade e ubiquidade formam o conjunto das sete características que definem o jornalismo online. Aproveitar de fato estas especificidades pode potencializar sensivelmente a qualidade do processo comunicativo, e é neste sentido em que muitos pesquisadores tem direcionado seus estudos.

A falta de um modelo concreto produz as mais variadas formas de se fazer o jornalismo *online*. Os portais noticiosos brasileiros são diferentes entre si, e há pouco consenso sobre a utilização da capacidade do novo meio – o que não impede, evidentemente, de esboçarmos alguns dos padrões que encontramos, baseados justamente nas sete características listadas por Canavilhas (2008), que são:

a) Hipertextualidade: Termo criado por Theodor Nelson na década de 1960, define um texto não-sequencial, que dá liberdade para que o leitor construa os caminhos do fluxo da leitura. Landow (1995, p.15) afirma que a noção popular do hipertexto é de uma série de blocos de texto conectados entre si por ligações, usadas para levar o leitor para uma parte diferente do mesmo texto ou de um texto externo, multiplicando os trajetos da leitura. Existem outras variantes de hipertexto. As hiperlinks (ou mídias sobrepostas) fazem ligações entre mídias diferentes, como textos, imagens, vídeos, sons.

b) Multimidialidade: É a característica que permite a mistura de diferentes elementos midiáticos em um mesmo meio com a finalidade de concretizar uma narrativa específica (SALAVERRÍA, 2001, p.387). Nos primórdios da descrição do termo, ele era usado apenas para

designar o acesso a vídeos, imagens, texto e som em um mesmo meio. Dentro do jornalismo *on line*, a multimídia está presente em reportagens especiais, as chamadas “peças interativas”, onde são utilizados elementos audiovisuais, infografia, textos e hipertextos. Salaverría (2001) salienta que existe uma diferença entre mídias integradas (multimídia) e justapostas, com uma simples utilização pouco integrada de todas as mídias.

c) Interatividade: A interatividade dentro do jornalismo *on line* ainda não tem uma definição consensual, apesar de vários autores a considerarem uma de suas características mais relevantes. Primo (2007) entende que a interatividade na internet ocorre quando duas pessoas conseguem falar entre si, seja através de *chats* ou outros canais de comunicação; já Baldessar, Antunes e Rosa (2009) tem outra percepção, pois a capacidade de interação do computador seria comparável ao de um telefone, por exemplo, onde a máquina é somente um meio de passagem da informação. O jornalista Jonathan Dube (2002) elenca as oito utilizações mais comuns em portais noticiosos estadunidenses: print plus; interativos clicáveis; slideshow; histórias de áudio; slideshow narrado; animação; webcasting interativo; multimídia interativa.

d) Personalização: Também chamada de "customização de conteúdo", dá oportunidade ao usuário de *individualizar* a informação recebida. Ao configurar um site noticioso da forma que achar melhor – seja através de uma hierarquização de interesses, supressão de algum tipo de conteúdo ou mesmo através do formato de apresentação da página da web –, o usuário obtém mais liberdade e facilidade de obter as informações (BARBOSA, 2004).

e) Instantaneidade: A instantaneidade se define pela capacidade de divulgar notícias em “tempo real” na web. Esta característica é uma das principais do jornalismo radiofônico, onde se faz boletins ao vivo em coberturas jornalísticas, e da televisão, em escala menor. Para Zélia Adghirni (2002), o imediatismo começa a ser explorado no Brasil em épocas de instabilidade econômica, quando se faz necessária uma constante atualização de fatos que possam influenciar ou limitar perdas e lucros tanto para o setor privado como para as contas do governo: “Habitados ao rádio e à televisão com programas e notícias ao vivo, o jornalismo em tempo real encontrou no público brasileiro um terreno fértil para sua expansão. Somos maiores consumidores de notícias *on line* que os americanos” (ADGHIRNI, Zélia, 2002,p.10)

f) Memória: É a característica que pode ser definida como a capacidade de armazenar e recuperar informações. Palacios (2003, p.7) confere um status de destaque a tal característica por

representar uma ruptura em relação ao que já existia em outras mídias: “[...] O Jornalismo *online*, para efeitos práticos, dispões de espaço virtualmente ilimitado, no que diz respeito à quantidade de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição do seu público alvo”. Sendo o custo de manutenção de um arquivo de notícias na web praticamente nulo, o armazenamento de fácil acesso (tanto ao usuário quanto ao emissor) se torna uma importante ferramenta para pesquisas posteriores.

g) Ubiquidade: É a capacidade da notícia de estar disponível em escala global com os leitores, independente de onde estejam. Ao contrário do jornalismo impresso, ou até mesmo das rádios e da televisão – restritos pela capacidade relativamente inferior em difundir globalmente a informação –, o jornalismo na internet permite um acesso muito menos regional.

Esta pesquisa, como explicitado anteriormente, analisa a funcionalidade do portal *Agência Brasil* (<http://agenciabrasil.ebc.com.br/>) através da perspectiva de um leitor online, baseando-se também nos depoimentos dos próprios produtores do conteúdo quanto em referências acadêmicas. Com um número de recursos cada vez maior, sites como o *Agência Brasil* agora permitem que o usuário possa compartilhar notícias, comentá-las, navegar entre inúmeras páginas com poucos cliques e incorporar elementos destas páginas em redes sociais. Tal tipo de complexidade pode gerar dificuldades na navegação de um usuário menos habituado com estes elementos, o que nos leva a afirmar que a análise da funcionalidade de um site pode prever e evitar erros que, em muitas vezes, podem ser facilmente corrigidos. Como afirmam Maciel, Nogueira, Ciuffo e Garcia (2004),

Em um ambiente onde o sucesso de um sítio ou a lucratividade de um negócio é medida proporcionalmente ao número de páginas visitadas (*page views*) e de cliques bem sucedidos (*click throughs*), a preocupação com a usabilidade é fundamental para a sobrevivência de qualquer sítio. [...] Diferentemente do projeto de um software, onde os clientes pagam primeiro e experimentam a usabilidade depois, na Web, os usuários experimentam a usabilidade primeiro e tornam-se clientes depois. Desta forma, é fundamental a atenção com a usabilidade de um sítio em sua fase de projeto. (MACIEL; NOGUEIRA; CIUFFO; GARCIA, 2004, p.2)

Supor que o leitor médio de um site seja alguém com um conhecimento relativo de informática e dos instrumentos da internet pode dificultar o desenvolvimento de um site que seja de fato funcional, causando até mesmo prejuízos à própria empresa – um portal que vende produtos online, por exemplo, pode perder negócios que seriam feitos com clientes com pouca afeição ao mundo virtual simplesmente por não facilitar o processo de navegação.

Para ilustrar melhor este contraste entre os vários níveis de habitualidade com a web por parte dos leitores, mencionamos as três categorias citadas por Lúcia Santaella (2004): usuários

leigos, novatos e expertos. O leigo utiliza o raciocínio indutivo, que funciona a partir de um caso isolado e de um resultado verificado, chegando-se à conclusão generalizada de uma regra. É por indução que um hábito se estabelece, e é isso que ocorre quando o internauta internaliza um procedimento de navegação repetido cada vez mais sob a ação de um hábito. Já o novato utiliza o raciocínio abduutivo para navegar – ato de levantar uma hipótese explicativa para um fato novo. É um instinto racional. Nesse caso, o novo é apreendido por adivinhação. O usuário experto, por ter internalizado as regras do jogo da navegação, tem sua mente sob o domínio de hábitos ou associações que fazem com que regras gerais suscitem reações correspondentes.

Uma das maneiras mais eficazes de se verificar estes possíveis empecilhos a uma navegação funcional é proposta por Jakob Nielsen (1993), que se apropria das heurísticas do método científico sociológico para chegar a resultados práticos para sites da internet. A heurística, especialmente nas áreas das Ciências Humanas, consiste na elaboração de um pressuposto teórico que não possa ser confirmado matematicamente, mas que parta da intuição e das experiências empíricas realizadas anteriormente. O autor se apropria desta importante ferramenta metodológica para elaborar o que chama de “avaliação heurística”:

A avaliação heurística é feita observando-se uma interface e tentando-se chegar a uma opinião sobre o que é bom e ruim sobre a mesma. [...] O objetivo da avaliação heurística é encontrar os problemas de usabilidade num processo de design de interface do usuário. (NIELSEN, 1993, p.155, tradução nossa)

Assim, podemos concluir que avaliação heurística é um método baseado na verificação de uma lista de padrões e regras (heurísticas) de forma econômica, fácil e rápida, que foca descobrir problemas potenciais da interface de um site. Ao todo, Nielsen (1993) resume a sua metodologia em dez heurísticas de usabilidade, conforme listadas abaixo:

Feedback: O usuário deve estar sendo constantemente informado sobre o que está acontecendo, e longos intervalos em “silêncio” acabam por fazer com que o leitor se disperse;

Usar a linguagem do usuário: Os termos e expressões utilizados devem, ao máximo, fazer sentido ao leitor, e não estarem voltadas apenas aos expertos ou aos próprios desenvolvedores do sistema ou site;

Saídas claramente demarcadas: O usuário deve ter controle total sobre a atividade que está exercendo, podendo a qualquer momento cancelá-la ou desfazê-la;

Consistência e padronização: O mesmo comando deve sempre realizar a mesma função, e a simbologia utilizada (ícones, por exemplo) devem ter fácil reconhecimento;

Prevenção de erros: É função dos desenvolvedores de um site ou sistema modificar a interface do mesmo, prevenindo a ocorrência de erros já reconhecidos;

Minimizar a sobrecarga de memória do usuário/Facilitar o reconhecimento: O sistema deve evitar pressupor que o usuário se lembre de comandos complexos ou caminhos confusos para se chegar a um lugar específico. Devem ser criados caminhos de fácil reconhecimento;

Atalhos: Podem ou não facilitar a navegação de usuários leigos, mas são amplamente usados por expertos. Estes atalhos podem ser os mais diversos: teclas de função, clique duplo no mouse, ícones presentes em todas as páginas e que sempre dirijam o leitor à página inicial, entre outros;

Design minimalista e natural: O conteúdo exibido em um único espaço deve estar dentro das necessidades do usuário, sem demonstrar excessos ou buracos. A informação desnecessária, quando inserida no mesmo espaço que a útil, termina por competir ao invés de auxiliar na navegação;

Auxiliar o usuário a reconhecer e reparar os erros: As mensagens de erro devem apontar claramente o problema, e se possível, aconselhar soluções que o próprio usuário possa tomar;

Ajuda e documentação: Ainda que o ideal seja a desnecessidade do uso de manuais ou tutoriais para a utilização do site ou sistema, nem sempre isto é possível. Quando o uso destes se faz importante, as instruções devem sempre ser claras e de fácil acesso ao usuário.

4.2 Aspectos metodológicos

A avaliação de qualidade e funcionalidade online do site da *Agência Brasil* (ABr) – se deu em dois momentos (1) quantitativo e (2) qualitativo. No primeiro, partimos de uma classificação para mapear as ferramentas interativas oferecidas ao leitor nos produtos noticiosos da ABr. Partindo da fundamentação teórica das características do jornalismo online adotamos a classificação proposta pelo jornalista americano Jonathan Dube em 2002, na qual ele elenca os modelos de apresentação de notícias no jornalismo online norte-americano, classificando-os como:

a) Print Plus: é o mais utilizado pelos grandes webjornais e consiste em disponibilizar o texto da maneira como ele seria publicado no impresso e acrescentar outros elementos como fotografia ou vídeo. É reempacotar a notícia produzida para suportes tradicionais e não explorar as vantagens da web.

b) Interativos clicáveis: são formas bastante comuns e baseiam-se nos tradicionais gráficos de jornal ou televisão, além de agregar elementos interativos que permitem ao leitor/usuário fazer algumas escolhas para obter a informação. São utilizados para complementar a notícia.

c) Slideshow: uma maneira muito simples de apresentar uma sequência de imagens pode servir ou para narrar uma sequência de fatos ou, simplesmente, como um ensaio fotográfico sobre um assunto.

d) Narrativas de áudio: aposta na força que o áudio possui para narrar uma estória. Deve ser usado quando a palavra escrita não é adequada/suficiente para expressar o conteúdo. Não dispensa o uso de imagens, e aplica-se para declarações de experts, etc.

e) Slideshow narrado: concilia imagens e sons. As imagens vão sendo passadas, automaticamente enquanto também transcorre o áudio.

f) Animações: uso da animação para narrar um fato. É uma solução quando não há imagens sobre o acontecimento.

g) Webcasting interativo: vídeo associado a possibilidades da web como oferecer links, chat, entre outros, proporcionando uma experiência diferente da que seria apenas ver o vídeo na televisão.

h) Multimídia Interativa: utiliza várias formas, gerando, segundo o autor, uma forma híbrida, que integra texto, gráficos clicáveis, áudio, fotos e vídeo, e cria um conjunto compreensível e interativo para narrar fatos.

i) Ferramentas de compartilhamento: apresentação e oferecimento de ferramentas de compartilhamento entre leitores e de uso pessoal, com possibilidades de personalização da informação.

Para verificar a presença de tais modelos no site da ABr, coletamos dados em três períodos de cinco dias – de 24 a 28 de outubro de 2011; de 28 de novembro a 2 de dezembro de 2011; e de 9 a 13 de janeiro de 2012. Foram analisadas todas as matérias publicadas em cada período de todas as editorias, totalizando 1125 matérias analisadas. Além da análise das seções Últimas notícias¹⁰, Galeria de imagens¹¹, Arquivo de notícias¹² e Reportagens especiais¹³.

Consideramos ainda, as Heurísticas de Nilsen (1994) para fundamentar a pesquisa das funcionalidades e os princípios de usabilidade no site da ABr. Também utilizamos a ferramenta de entrevista pessoal para compreender e justificar as observações feitas no período de coleta.

4.2.1. Análise de dados

Para uma análise geral do Portal Agência Brasil, consideramos as 10 Heurísticas de Nielsen, e constatamos que:

10 <http://agenciabrasil.ebc.com.br/ultimasnoticias>

11 <http://agenciabrasil.ebc.com.br/ultimasimagens>

12 <http://agenciabrasil.ebc.com.br/arquivonoticias/>

13 http://agenciabrasil.ebc.com.br/grandes_reportagens

a) *Feedback*: Esta característica não se aplica necessariamente ao Portal, mas sim ao navegador que se usa para o acesso.

b) Usar a linguagem do usuário: o portal Agência Brasil se utiliza de alguns jargões difundidos na Web, como “link”, “compartilhar” e “galeria de fotos”. Também são encontrados ícones de fácil reconhecimento, como os botões do sistema de busca.

c) Saídas claramente demarcadas: Apesar dos navegadores mais difundidos possuírem a opção de voltar as páginas no histórico, ou mesmo de parar um carregamento de página, o usuário deve ter outras opções como “saídas de emergência”. O Portal Agência Brasil não possui necessariamente saídas, mas, em todas suas páginas há o menu superior, onde pode-se ir a quase todas as páginas que agreguem conteúdo, sejam editoriais ou seções. Quando um usuário acessa um multimídia, e este abrirá em tela cheia, existe a indicação de que para sair deste modo é preciso apertar a tecla Esc. Existem ainda alguns caminhos de fuga não consistentes, como no caso das galerias de foto. Ao entrar em uma galeria, o usuário, não consegue visualizar um caminho fácil para as demais, tendo que repetir todo o processo caso queira acessar uma nova galeria. Além disso, quando numa galeria aberta, o usuário deverá passar o mouse sobre a fotografia e esperar que a opção fechar apareça na parte de baixo da imagem, ao contrário das convenções usadas por sistemas operacionais como Windows, Linux e todos os da Apple, onde, para se fechar uma janela há um botão em um dos cantos superiores. O usuário poderá também usar como saída da galeria aberta o clique na parte escura da tela. Uma outra saída de emergência, mais rápida, é o clique no banner com o logotipo do portal. Apesar de ela não estar explicitada, esta prática está se tornando uma convenção para usuários que sejam *experts*.¹⁴

d) Consistência e padronização: a Agência Brasil segue a maioria das convenções de sites jornalísticos. Exemplo disso é o emprego de links em azul, ou o uso de ícones já padronizados, como o desenho de um envelope de carta, para sinalizar que uma reportagem pode ser enviada por email, ou o desenho de uma lupa, para apontar as buscas.

e) Prevenção de erros: Esta característica não foi encontrada no Portal.

f) Minimizar a sobrecarga de memória do usuário/Facilitar o reconhecimento: O Portal possui caminhos confusos, com poucas indicações de como o usuário deve se portar para conseguir tal conteúdo. Para exemplificar este caso, basta mencionar o fato de que as notícias com foto poderiam ser relacionadas à uma galeria de imagens. As fotos postadas nas matérias, não são clicáveis, algo que facilitaria a navegação do usuário. Caso fossem clicáveis, estas fotos poderiam direcionar para as referidas galerias.

g) Atalhos: os atalhos se baseiam, necessariamente, na árvore de organização do menu

14 Seguindo a classificação de Lúcia Santaella (2004).

superior e do lado direito do site.

h) Design minimalista e natural: Esta regra se aplica ao site. Existe clareza visual entre os elementos funcionais da interface e o conteúdo, uniformidade nas cores e legibilidade dos textos. Por exemplo, a escolha de uma fonte com serifa, semelhante a Times New Roman e Miller Text, nas manchetes da página principal; a escolha de uma fonte sem serifa, semelhante a Calibri e Arial, nos textos das matérias; além da escolha de cores frias e neutras (azul, verde e cinza), como tons principais do layout tornou o site simples e eficiente.

i) Auxiliar o usuário a reconhecer e reparar os erros: O site informa erros de maneira clara. Veja o exemplo na figura 4;

j) Ajuda e documentação: No rodapé do site existe o links para contato, e um pequeno mapa dos produtos da EBC.



Figura 4: Aviso de erro quando uma página não foi encontrada no site

Para facilitar a análise e a compreensão dos diferentes espaços do portal, dividimos o site da ABr em três áreas:

a) Área 1 (Figura 5) – Barra permanente: A área permanente da *homepage* do site é pensada para facilitar a navegação do usuário. Visível em qualquer área do site, contém links que levam à páginas de veículos da EBC ou a partes específicas do site, ligadas especialmente ao relacionamento com o internauta (como o contato do site ou ferramentas que facilitam a procura por uma notícia, por exemplo). No site da ABr, há uma barra permanente superior e uma inferior, que serão detalhadas a seguir:

Barra permanente superior

- Logo EBC – Leva ao site da EBC;
- Barra superior Agência Brasil, TV Brasil, Rádios – leva aos respectivos sites;
- “Sites da EBC” – Botão com links externos para sites de canais da EBC;
- “Serviços para celular” – Contém apenas um link para uma imagem sobre “eleições 2010”;
- “Assine nosso RSS” – Inscrever editorias em serviços de RSS;
- Logo grande da Agência Brasil – Título do site; leva à homepage do site Agência Brasil;
- “A+ / A-“ – Aumenta e diminui a visualização do texto do site;
- Barra de navegação – Permite mobilidade dentro do site. Leva à áreas específicas do site, que são: Pesquisar (procurar no site); Últimas notícias; Galeria de imagens; Arquivo de notícias; Reportagens especiais; The News in English; Ouvidoria e Expediente. Nas análises serão ignoradas estas três últimas seções: The News in English, Ouvidoria e Expediente.
- Barra de editorias – Leva às notícias separadas tematicamente por editorias. São estas: Cidadania; Economia; Educação; Justiça; Meio ambiente; Internacional; Política; Saúde; Nacional; Esporte; Cultura; Pesquisa e Inovação.

Barra permanente inferior

- “Explore a EBC” – Leva à sites da EBC, nas categorias “Televisão”, “Notícias” e “Rádios”. Traz também informações sobre a EBC (razão social, CNPJ, endereço etc) e a autorização para reprodução sob a licença Creative Commons.
- “Mais sobre a EBC” – Contém itens que levam destinos internos diversos: Fale conosco; Conselho tutelar; Processos de contas anuais; Trabalhe conosco; Ouvidoria; Pitching; A empresa; EBC serviços; Canais EBC; Sala de imprensa; Editais.

b) Área 2 (ver Figura 5) – Notícias: É um espaço em constante reformulação dentro do site. Nele, são encontrados os links para as matérias de maior repercussão ou interesse. Dividimos esta área em três categorias: Manchetes, Imagens em destaque e Últimas notícias.

- Manchetes – Uma manchete grande no topo e várias (de doze a quinze, em média) chamadas menores abaixo. Cada chamada traz o horário em que foi publicada, um link para a editoria da matéria e uma chamada/link para a matéria em si. Destaca matérias mais relevantes postadas ao longo do dia, mas não necessariamente as últimas postagens.

- Imagens em destaque – Imagens em destaque, que levam às matérias relacionadas a elas. São quatro imagens menores que se intercalam de cinco em cinco segundos no destaque do topo.

- Últimas notícias – Cerca de dez chamadas/links que levam às últimas matérias postadas no site, organizadas por horário (as mais recentes no topo).

c) Área 3 (ver Figura 5) - Publicidade: Links externos para outros três sites da EBC (“TV Brasil”, “Radioagência Nacional” e “Repórter Brasil Online”) e mais dois de parcerias (“Telam”, “Lusa”).

Agência Brasil | TV Brasil | Rádios

Agência Brasil Área 1

Últimas Notícias

Defesa Política Educação Saúde Meio Ambiente Esportes Política Saúde Nacional Esportes Cultura Pesquisa e Inovação

Mantega admite reduzir impostos para enfrentar crise econômica global

"Podemos reduzir tributos. Mas só se a situação piorar", disse o ministro da Fazenda, Guido Mantega, se referindo à possibilidade de agravamento da crise mundial. No entanto, ele ressaltou que o governo vai priorizar medidas monetárias, como redução de juros.

BC faz a maior intervenção do ano no mercado futuro de dólar
Quando a cotação da moeda norte-americana ultrapassou a marca de R\$ 1,80, a autoridade monetária vendeu US\$ 5,3 bilhões em contratos de swap cambial, que equivalem a vendas de dólares no mercado futuro. O valor é quase o dobro do negociado em 27 de setembro (US\$ 2,7 bilhões), até então, a maior intervenção desde o início da crise econômica mundial.

Dilma devota medidas mais duras para combater crise
Na Bélgica, o presidente comento que, em 1995 e em 1990, foram promovidos ajustes fiscais rigorosos que levaram o país "à estagnação e ao desemprego". Medidas "desconhecidas e excessivas" não são certo, disse ela.

Homenagem do rei da Bélgica a Dilma apoia Brasil na ONU
Países negociados acordos. Ela faz daípa por...

Inflação medida pelo IPC-S fecha setembro em 0,5%
Em agosto, a taxa foi de 0,40%. O desemprego, no entanto, ficou acima do IPC-S imediatamente anterior (até 22 de setembro), que foi 0,59%. No ano, o indicador acumula alta de 4,09% e no período de 12 meses, de 7,14%.

Paraná prevê inflação em 6,32%
PIB deve crescer 3,51% este ano.

Analistas mantêm projeção para inflação oficial este ano
Após seis semanas seguidas de alta, a projeção de analistas do mercado financeiro consultados pelo Banco Central para a inflação oficial, este ano, foi mantida em 5,52%.

PIB deve crescer 3,51% este ano

Superávit comercial de 2011 chega a US\$ 23 bilhões
O crescimento, de janeiro a setembro, é 81,4% em relação ao mesmo período de 2010 (US\$ 12,655 bilhões). Na última semana de setembro, as importações decresceram e o saldo comercial voltou a ficar positivo.

CGU: Norte e Nordeste lideram irregularidades
Segundo o secretário Federal de Controle da CGU, Vagner Aguiar, o problema pode ter causado pelo descolchamento dos gestores sobre os procedimentos corretos ou pela distância dos municípios dos órgãos de controle.

Ponto eletrônico impresso é adiado novamente
A medida, que entraria em vigor nesta segunda-feira (2), passa a valer apenas a partir de janeiro de 2012, de acordo com portaria publicada pelo Ministério do Trabalho no Diário Oficial do Brasil.

TV Brasil premia favoritos do público do Festival de Brasília
A entrega está acontecendo, em Brasília, ao vivo, desde as 20h, a entrega dos prêmios para os vencedores do 44º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro. O patrocinador do festival, a TV Brasil pagará R\$ 50 mil para o prêmio TV Brasil de Tubarão.

Lotéricas têm grandes filas neste começo de mês sem bancos
É grande a procura por caixas lotéricas e caixas eletrônicas alternativas para pagamento de contas que venceram neste início de mês. Amanhã (4), a greve nacional dos bancários completa uma semana, sem previsão de acabar.

Senadores aliados admitem adiar votação da partilha dos royalties
Sem acordo sobre a distribuição dos royalties de petróleo do pré-sal, senadores dos estados produtores e não produtores já admitem a possibilidade de adiar a votação do voto do ex-presidente Lula à emenda da divisão igualitária.

Área desmatada na Amazônia em agosto é a menor da série
A região perdeu uma área de 164 quilômetros quadrados. Foi o menor avanço do desmatamento registrado nos meses de agosto desde o início da série histórica.

Pará foi campeão de desmatamento

Inscrições no Enem começam hoje para presos
Também poderão se inscrever jovens que cumprem medidas socioeducativas com privação de liberdade. As inscrições começam às 10h e vão até as 20h30 de dia 17 de outubro. As provas serão nos dias 28 e 29 de novembro.

Pesquisa da CUT: terceirizado ganha menos e trabalha mais
Segundo a Central Única dos Trabalhadores (CUT), a terceirização responde por cerca de 20% do mercado de trabalho formal. A pesquisa mostrou que, antes de ser terceirizado, os salários são mais baixos e a jornada de trabalho, mais longa.

Portal da Receita muda para facilitar acesso do contribuinte
O acesso ao Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte (e-CAC) está mais simples. Foi mudado para dar conta do crescente número de serviços online oferecidos pela Receita Federal. As mudanças foram antecipadas à Agência Brasil.

Rádios

Área 3

Explora o EBC Mais sobre o EBC

Televisão
TV Brasil
TV Brasil Internacional

Notícias
Agência Brasil

Rádios
Rádio Agência Brasil
Rádio Nacional AM
Rádio Nacional FM
Rádio Nacional FM
Rádio Nacional FM
Rádio Nacional FM
Rádio Nacional FM
Rádio Nacional FM

Área 1

Área 2

Área 3

Figura 5: Áreas da página inicial do portal ABr

4.2.2. Análise das seções encontradas na barra superior localizada na Área 1

4.2.2.1. Pesquisa

O sistema de busca da Agência Brasil é realizado a partir de uma barra branca com a palavra “Pesquisar”, localizada na parte superior do site. Ao se digitar algum termo neste espaço e clicar na figura de uma lupa à direita da barra ou se pressionar a tecla Enter, o usuário é levado à outra página, como no exemplo com as palavras “copa” e “2012” (figura 6):



Figura 6: Indicação de pesquisa dentro do portal

A busca é feita, a princípio, no site da ABr, mas a partir das abas superiores pode-se também realizá-la nos sites da Radioagência Nacional¹⁵, da TV Brasil¹⁶ e da própria EBC¹⁷.

Os resultados relacionados aos termos que o usuário digitou são exibidos em ordem cronológica, com as notícias mais recentes no topo. Esta parte do site é composta por 5 seções, pelos quais o leitor navega através de botões na parte superior do site: “Notícias”, “Fotos”, “Áudios”, “Páginas” e “News in English” – e mais uma seção, “Tudo”, que exhibe todos os resultados também em ordem cronológica.

Os botões, que exibem também o número de resultados encontrados e dentro de cada

15 <http://radioagencianacional.ebc.com.br>

16 <http://tvbrasil.ebc.com.br/>

17 <http://www.ebc.com.br/>

categoria, tem as seguintes funções: a) o botão “Notícias” exibe todas as matérias publicadas nas editorias em geral; b) O botão “fotos” faz a mesma busca, mas apenas no banco de imagens carregadas junto às matérias; c) O botão “áudio” elenca as gravações sonoras postadas no portal, ainda que estes sejam pouco frequentes; d) O link “páginas” mostra os resultados encontrados dentro da categoria “Reportagens Especiais” – animações em flash, por exemplo –, e também são pouco numerosos; e) O botão “News in English” separa os resultados em inglês através da busca realizada dentro da sessão específica.

4.2.2.2. Últimas notícias

Ao clicar no link “*Últimas Notícias*”, localizado na área permanente do site, o leitor é redirecionado para uma página que exibe em ordem cronológica as últimas matérias publicadas da Agência Brasil, exibindo as mais recentes no topo. Nessa seção os links e as informações da *área dois*, presente na página principal, não são exibidos. Cada manchete com link na lista de reportagens apresenta logo acima data, hora e editoria(s) da reportagem. As editorias são linkadas para as respectivas páginas das editorias.

Cada página apresenta 20 links de reportagens. Para acessar as em reportagens mais antigas, o site apresenta uma navegação abaixo da lista de reportagens. Com links para *início*, *anterior*, link para nove páginas em números sendo a de número um a mais recente, *próximo* e *fim*. É possível visualizar reportagens publicadas a partir de 2002.

4.2.2.3. Galeria de imagens

A ABr classifica como *Galeria de Imagens* as produções fotográficas. O link para acessar as *Galeria de Imagens* fica localizado na área permanente do site. Ao clicar nele, o leitor é redirecionado para uma página que exibe em ordem cronológica as últimas galerias de fotos publicadas, as mais recentes no topo. Nessa seção os links e as informações da *área dois*, presente na página principal, não são exibidos. Nessa página, os links para as galerias são organizadas em duas colunas. Cada link apresenta uma foto (a primeira da galeria), título da galeria, hora da publicação e editoria.

Cada página apresenta oito links de galerias. Para visitar galerias mais antigas, o site apresenta uma navegação abaixo da lista de galerias. Com links para *início*, *anterior*, links para nove páginas em números, sendo a de número um a mais recente, *próximo* e *fim*. É possível visualizar galerias publicadas a partir de 2003.

Se o leitor faz uma navegação por esses links, não é possível saber a data que a galeria foi

publicada, apenas depois de acessar a galeria desejada.

Acima da lista de links de galerias há uma ferramenta de busca de galerias por palavras chave. Nessa ferramenta de busca não é possível pesquisar apenas por data ou período. Para pesquisar um período é necessário associar um período a uma palavra-chave.

Ao acessar uma galeria de fotos, a ferramenta de busca permanece acima da galeria. Logo abaixo do nome da galeria é exibido a data da publicação seguido do horário. As fotos organizadas em duas colunas, apresentam nome do fotógrafo, procedência e legenda. É possível aumentar a foto dando um clique sobre a mesma. Ao clicar sobre uma foto aparece um *slide show*, onde é possível seguir para a próxima foto ou para a anterior com as setas abaixo da foto, ou escolher outra foto clicando nas miniaturas logo acima da foto aumentada. É exibido abaixo do menu de navegação nome do fotógrafo, data de publicação, legenda e link para *download* da fotografia. Ao clicar no link de *download*, uma nova aba no navegador é aberta, com a foto em alta resolução, para baixar basta clicar com o botão direito do *mouse* e escolher a opção para salvar.

4.2.2.4. Arquivo de notícias

A seção “Arquivo de notícias” consiste na disposição de todas as matérias já publicadas pelo site Agência Brasil em ordem cronológica, através de uma organização por calendários. A área superior da página exibe hiperlinks para os calendários referentes aos anos de 2002 a 2011; cada aba reúne os calendários referentes ao meses daquele ano. Os doze calendários de cada ano possuem hiperlinks que dividem as matérias por dia, como mostra a figura 7.

Arquivo de notícias

2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 **2011**

JANEIRO							FEVEREIRO							MARÇO						
D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S
						1			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28						27	28	29	30	31		
30	31																			

Figura 7: Arquivo de Notícias

Ao acessar um dos hiperlinks exibidos dentro de cada calendário, o usuário é levado à página referente àquele dia. As matérias são organizadas cronologicamente, mas no sentido oposto das editorias com matérias atualizadas constantemente (as mais antigas no topo). Algumas

miniaturas de fotos das matérias com imagens também são exibidas junto às chamadas, e cada dia apresenta de três a dez fotos.

A atualização desta área do site é feita de maneira pouco regular. No mês de outubro, por exemplo, não há nenhuma publicação feita em um sábado – o que não acontece em novembro e dezembro. Alguns dias úteis também são ignorados sem explicação. Tal padrão se repete em todos os meses, onde algumas datas são excluídas aleatoriamente. O calendário também não incluía, até o encerramento deste relatório – em 01/04/2012 -, nenhuma entrada referente a 2012.

4.2.2.5. Reportagens Especiais

A ABr classifica como “Reportagens Especiais” as matérias que tem como pauta um assunto considerado altamente relevante, e que receberá uma cobertura especial, podendo ser ou não executado com editoração em flash. O que difere as reportagens especiais das demais é o tratamento que a pauta recebe durante a apuração. Elas têm um maior tempo de apuração, e o assunto costuma ser melhor explorado. O link para acesso às Reportagens Especiais fica localizado no que chamamos de “área permanente” do site. Ao clicar em Reportagens Especiais, o leitor é direcionado à seção de grandes reportagens da Agência Brasil.

A página exibida contém uma lista de links que estão posicionados verticalmente, em ordem cronológica de sua autoria. Nesta parte, a “área permanente” do site continua sendo exibida, porém, os links e as informações da “área dois”, presente na página principal, não são exibidos. Cada página apresenta cinco links. Para acessar as Reportagens Especiais mais antigas, o site também apresenta uma navegação no final da página, com links para início, anterior, links para nove páginas em números, sendo a de número um a mais recente, próximo e fim.

A atualização nesta seção é pouco constante. O portal possui apenas 20 Reportagens Especiais, sendo que a primeira foi postada em agosto de 2006. Não houve atualizações durante o período de coletas.¹⁸

A quase ausência de produção de conteúdo multimídia e hipermídia para o Portal pode ser explicada pela falta de profissionais especialistas em jornalismo online que tenham noções de linguagem em html, Action Script e 2.0. Existem dois especialistas em Multimídia, mas estes tem pouca comunicação com os jornalistas da agência¹⁹.

18 De outubro de 2011 à janeiro de 2012, houve uma atualização fora do período de coletas: a postagem de um especial multimídia no dia 31/12/11, de nome “Expectativa dos brasileiros para 2012”.

19 Dado obtido em entrevista concedida à equipe de pesquisadoras do Projeto Avaliação da Qualidade da Agência Brasil, concedida no dia 29/02/2012. Segundo Graça Adjuto, editora de executiva da Agência, existem duas pessoas responsáveis pela criação de pacotes multimídias. Eles não são jornalistas, e trabalham no prédio da Superintendência de Comunicação Multimídia (Sucom) da Empresa Brasil de Comunicação. Estes profissionais comparecem à Redação da Agência Brasil apenas quando solicitados para pequenas reuniões onde, juntamente com a equipe de reportagem,

Em Reportagens Especiais da ABr não foram encontrados conteúdos que explorassem Slideshows, Slideshows narrados, Animações ou Webcastings interativos. Encontra-se apenas Estórias de áudio, Vídeo, além de Multimídia Interativo (por exemplo, o especial de nome “Ciganos: um povo invisível”) nesta categoria.

4.2.3. Análise das editorias

Os links para acessar cada editoria ficam localizados na área permanente do site. Ao clicar em uma das editorias o internauta é redirecionado para uma página que exhibe em ordem cronológica as últimas reportagens publicadas, da editoria, da ABr, as mais recentes no topo. Nessa seção os links e as informações da área dois, presente na página principal, continuam sendo exibidos. Nessa página, os links para as reportagens são organizados em lista do mais recente para o mais antigo. Cada link apresenta data e hora da publicação, nome da(s) editoria(s), e título da reportagem. Cada página apresenta uma lista das últimas 50 reportagens. O site não disponibiliza uma navegação para reportagens mais antigas nessa seção. Para buscar uma reportagem que não esteja na lista da editoria, é necessário ir para a seção Arquivo. Não há uma ferramenta de busca de reportagens dentro de cada editoria.

Nenhuma das editorias mostrou vídeo, item que se enquadraria em *Print Plus*. A pouca exploração deste recurso se deve, conforme dito em entrevista concedida a equipe de pesquisadores²⁰, à pouca memória do servidor em que o Portal Agência Brasil está hospedado, e às dificuldades técnicas que os editores sofrem durante a publicação de uma notícias: "Nós pensamos na matéria pensando no online, mas levamos em consideramos também algumas limitações. Por exemplo, se eu faço uma matéria, quero que ela vá ao ar o quanto antes, para que ela seja reproduzida em outros veículos o máximo de vezes. Nestes casos, fazemos a matéria pensando na foto - o que as vezes dá certo. Na questão multimídia, não paramos pra pensar em um vídeo, por exemplo, porque temos um site com memória de servidor insuficiente. Além disso, há poucos equipamentos, contou Luciana Lima, repórter da agência.

“Antigamente, tínhamos uma plataforma diferente. Nesta época, tínhamos a orientação clara: poderíamos usar vídeo, áudio e outros arquivos que ocupariam mais espaço no servidor. Depois que mudamos a plataforma²¹, fomos avisados que a publicação de materiais deste tipo poderia causar instabilidade no sistema.”, explicou a editora Graça Adjuto.

esquemamizam as reportagens especiais.

²⁰ Entrevista concedida no dia 29/02/2012, na dependências da Agência Brasil, em Brasília (DF).

²¹ Em entrevista concedida à equipe de pesquisadoras, no dia 29/02/2012, Ricardo Negrão, Superintendente de Comunicação e Multimídia da Empresa Brasil de Comunicação explicou que até 2009 a plataforma do site da ABr era a Zope/Plone. Em maio de 2009, a plataforma passou a ser a Drupal.

Apesar disso, Ricardo Negrão, superintendente de Comunicação e Multimídia da Empresa Brasil de Comunicação não sabia dizer o motivo de não serem postados vídeos em reportagens: “Tudo isso pode ser disponível no site”.

No Portal da Agência Brasil, a **hipertextualidade** se manifesta através de hiperlinks em algumas palavras de um texto, além de tags na forma de "palavras-chave" no final de cada publicação (ver figuras 8 e 9). Em se clicando em um destes hiperlinks, o leitor é redirecionado para um link externo, ou para a lista de matérias do portal que possuam aquela mesma palavra-chave clicada, ou seja, o funcionamento básico é igual ao das “tags”, que servem para marcar o assunto. Quem faz a escolha destas tags é o editor que coloca a matéria no ar, na hora da publicação. Não há um padrão para a escolha. Mais adiante poderemos perceber um uso inexpressivo de hipertextos no meio do texto noticioso. Segundo Graça Adjuto, editora na ABr, é uma decisão editorial manter poucos links no meio do texto para que este não fique ‘poluído’.

Cidadania Economia Educação Justiça Meio ambiente Internacional Política Saúde Nacional Esporte Cultura Pesquisa

Site resgata obras inéditas de Chiquinha Gonzaga

24/10/2011 - 8h50

Cultura

Paulo Virgílio
Repórter da Agência Brasil

Rio de Janeiro - Primeira maestrina do Brasil, pioneira na luta pela emancipação feminina e na defesa dos direitos autorais, a compositora e instrumentista Chiquinha Gonzaga (1847-1935) é hoje mais conhecida por sua vida do que por sua obra musical, vasta em número e variada em gêneros. Em parte, isso se deve ao sucesso alcançado pela biografia *Chiquinha Gonzaga: uma História de Vida*, escrita pela socióloga Edinha Diniz, e pela minissérie de televisão baseada no livro.

Para resgatar a totalidade dessa obra, em grande parte ainda desconhecida tanto do público como dos músicos, os pianistas e compositores Alexandre Dias e Wandrei Braga idealizaram o [site do Acervo Digital Chiquinha Gonzaga](#). Resultado de três anos de pesquisas da dupla, o *site* agora está no ar, graças a patrocínios privados e do Ministério da Cultura e à parceria do Instituto Moreira Salles (IMS) - responsável por manter o acervo pessoal da compositora - e da Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (SBAT) - entidade da qual Chiquinha foi uma das fundadoras e detentora do acervo.

"Se você pergunta para um pianista, para um chorão, para nomear as músicas da Chiquinha, em geral eles se lembram de umas quatro ou cinco, quando na verdade ela compôs mais de 300, a maioria inédita", diz Alexandre Dias. "Com o *site*, a gente espera um renascimento da obra de Chiquinha, com muita coisa sendo gravada pela primeira vez", acrescenta.

ÚLTIMO

15h29 Mant três : deso paga

15h22 Assis prefe temp sétim

15h22 Gilbe que l da vi

15h09 Comi empr Pern:

15h07 Pesq indiq brasi

Figura 8: Área superior de uma matéria: O termo marcado como hiperlink pode ser observado no segundo parágrafo, em azul e negrito

Figura 9: Área inferior de uma matéria, onde apresentam-se as “palavras-chave” do texto.

Os principais recursos de **multimedialidade** do portal podem ser encontrados através da página principal do site. Por exemplo, a página inicial exhibe algumas fotos junto as chamadas das matérias principais, além de exibir, acima e à direita, o “carrosel” com o link da Galeria de Fotos. No interior de alguma matéria, há apenas uma possibilidade de exposição de foto, sendo que apresentada com o tamanho de 300x225 pixels.

Com relação as outras características de multimidiabilidade, não foram encontradas nenhum conteúdo de Slideshow, Estórias de áudio, Slideshow narrado, animações, Webcasting interativo ou Multimídia Interativo em nenhuma das editorias do site.

Hoje, o portal Agência Brasil não possui nenhum canal de **interatividade**. Não existe fórum, canais de divulgação de vídeos de música, chats, ou mesmo enquetes. O site não possui espaço para comentários diretamente nas postagens, como é convencional em outros portais de notícia. O que existe é um link “fale com a ouvidoria”, onde o usuário pode enviar seu comentário, sugestão, dúvida, ou crítica. Um dos motivos apontados pela repórter Luciana Lima²², para a falta do mecanismo de comentários, foi que, por ser um veículo de caráter público, e por atender as demandas de diferentes interesses e utilidades de toda a sociedade brasileira, não faz sentido deixar um espaço para comentários, com o aviso de isenção de responsabilidade sobre a opinião expressada pelo leitor. “Um órgão público não deveria se isentar da responsabilidade de uma opinião também pública. Além disso, seria preciso deslocar uma pessoa para fazer o trabalho de moderação dos comentários postados (para que não fosse ao ar comentários contendo ofensas, por exemplo), o que seria inviável, já que a redação carece de profissionais.”

Apesar de um bom serviço de **compartilhamento** (há mais de 50 opções abaixo de cada publicação), a ABr ainda não investiu em redes sociais, algo que é cada vez mais visto dentro dos veículos jornalísticos do país, sendo uma forma pratica e eficaz de divulgar as notícias facilmente. Pensar em mídias sociais é pensar em compartilhamento e colaboração. Ao compartilhar informações nas mídias sociais a ABr demonstraria um estágio de atualização e conhecimento de tendências. Uma explicação possível para o pouco investimento em mídias sociais é, segundo a

²² Entrevista concedida no dia 29/02/2012.

editora Graça Adjuto²³, de que o público do Portal não seja tão ligado a esse tipo de conteúdo. A ABr possui uma conta no site de relacionamentos Twitter, que é usado apenas para compartilhar os links das notícias publicadas no site, não sendo um canal de interatividade com o leitor. O endereço é @agenciabrasil (<http://www.twitter.com/agenciabrasil>).

Quanto à **personalização**, a ABr oferece o serviço de *feeds*²⁴ (ver figura 10), que, segundo aviso no site, está sob fase de testes. O acesso se dá clicando no link no topo da página. Não existe a disponibilização de leitura através de listas ou mesmo atualizações por e-mail. Outra personalização que o usuário pode ter é entrar nas capas de editorias e ter acesso somente ao conteúdo que lhe interessa.



Figura 10: Serviço de personalização do conteúdo. Central de Feeds da EBC, sendo possível selecionar o conteúdo da Agência Brasil que mais interessa ao leitor.

A **instantaneidade** presente no portal é diretamente relacionada ao ritmo de produção da redação. As matérias são publicadas de acordo com o fluxo de produção. Por decisão editorial, não existe a atualização online automática de conteúdo, conhecida como “auto-refresh”. Para ter acesso às novas notícias, é preciso que o próprio usuário atualize seu navegador.

4.2.3.1. Cidadania

A ABr classifica como “Cidadania” reportagens publicadas que estejam especialmente

²³ Entrevista concedida no dia 29/02/2012.

²⁴ Os serviços de *feed* são utilizados, comumente, por sites ou blogs com uma atualização frequente. O usuário que se inscreve para receber *feeds* de um portal de notícias, por exemplo, pode ler as matérias publicadas diretamente em seu telefone ou em algum programa específico, sem ter que acessar o site em si.

ligadas aos direitos e deveres do cidadão, especialmente os direitos individuais que podem intervir diretamente no cotidiano dos leitores.

Print plus: As 36 notícias da editoria de cidadania analisadas durante a pesquisa se encaixam nesta categoria, mas as imagens aparecem em apenas três (3) notícias, 8,33% do material observado desta editoria.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 36 matérias postadas no período, apenas duas (2) matérias apresentaram hipertexto (5,55%), e 14 delas apresentaram seção de matérias relacionadas (38,88%).

4.2.3.2. Economia

A ABr classifica como “Economia” reportagens publicadas relacionadas à economia brasileira, investimentos, finanças, negócios, carreira, cotações de Bolsas, moedas, índices econômicos em geral.

Print plus: Todas as 308 notícias da editoria de economia se encaixam nesta categoria, as imagens aparecem apenas em 25 notícias, 8,11% das matérias publicadas.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 308 matérias postadas no período, apenas 29 matérias apresentaram hipertexto (9,41%), e 84 delas apresentaram seção de matérias relacionadas (27,27%).

4.2.3.3. Educação

A ABr classifica “Educação” as reportagens publicadas relacionadas à educação no Brasil, programas, projetos, políticas públicas e decisões governacionais envolvendo esta área.

Print plus: Todas as 45 notícias da editoria de educação analisadas durante a pesquisa se encaixam nesta categoria, mas somente quatro (4) notícias apresentam imagens, 8,88% do material observado desta editoria, e apenas uma (1) apresentou gráfico.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 45 matérias postadas no período de coleta da pesquisa, 18 matérias apresentaram hipertexto (40%), e 18 apresentaram seção de matérias relacionadas (40%).

4.2.3.4. Justiça

A ABr classifica como “Justiça” reportagens publicadas relacionadas à legislação, direitos civis, cidadania, além de notícias envolvendo o Ministério da Justiça.

Print plus: A classificação print plus se aplica a todas as 88 matérias publicadas na editoria

de justiça durante o período de coleta da pesquisa, destas apenas duas (2) apresentam imagens, referente a 2,27% do total analisado desta editoria.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 88 notícias coletadas, oito (8) apresentaram hipertexto (9,09%); e 26 apresentação links para matérias relacionadas.

4.2.3.5 Meio ambiente

A ABr classifica como nesta editoria as reportagens relacionadas a natureza, recursos hídricos, fauna e flora brasileiras, educação ambiental, sustentabilidade, economia verde e ao meio ambiente em geral.

Print plus: A categoria print plus apareceu em todas as 67 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012. Apesar de se encaixarem na categoria print plus, as imagens estão presentes em apenas 7 notícias, 10,45% do material observado. Nenhuma das notícias apresentava vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 67 matérias postadas no período, 2 matérias apresentaram hipertexto (2,98%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens, porém, apenas 8 delas apresentaram seção de matérias relacionadas (11,94%).

4.2.3.6. Internacional

A ABr classifica como “Internacional” matérias que contenham informações de caráter e repercussão internacional, que podem ser relacionar direta ou indiretamente com o Brasil, países com os quais o Brasil mantém relações, políticas internacionais e diplomacia.

Print plus: Esta categoria se aplica à todas as 197 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012. As imagens, todas não clicáveis, representam 5,59% do material observado, estando presentes em apenas 11 notícias. Nenhuma das notícias apresentavam vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Das 197 matérias postadas no período, 5 matérias apresentaram hipertexto (2,53%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens, e 83 apresentaram seção de matérias relacionadas (42,13%).

4.2.3.7. Política

Nesta editoria estão armazenadas as matérias que contenham informações de caráter político, relacionadas ao governo e políticas brasileiras. É necessário considerar que muitas das notícias postadas nesta editoria, também se encaixam na editoria “Nacional”. Como já mencionamos, uma mesma matéria pode constar em diferentes editorias.

Print plus: A categoria print plus se aplica à todas as 128 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012. As imagens, todas não clicáveis, estão presentes em 23 notícias, 17,96% do material observado. Nenhuma das notícias apresentavam vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: De todas as matérias publicadas no período, 4 matérias apresentaram hipertexto (3,13%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens, e 59 notícias apresentaram seção de matérias relacionadas (46,09%).

4.2.3.8. Saúde

As matérias que contenham informações sobre saúde, doenças, projetos e programas, e mesmo sobre o Ministério da Saúde, estão nesta editoria.

Print plus: Todas as 74 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012 pertencem a categoria print plus. As imagens, todas não clicáveis, estão presentes em 9 notícias, 12,16% do material observado. Nenhuma das notícias apresentaram vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Nesta categoria, 5 matérias apresentaram hipertexto (6,75%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens, e 24 apresentaram seção de matérias relacionadas (32,43%).

4.2.3.9. Nacional

A ABr classifica como “Nacional” as matérias que estão relacionadas com o Brasil e o governo federal, estadual, municípios. Matérias envolvendo problemas, tais como enchentes, índices de desemprego ou desastres ambientais, serão publicadas nesta categoria.

Print Plus: As 285 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012 pertencem a categoria print plus. As imagens, todas não clicáveis, estão presentes em 32 notícias, sendo que eram 29 fotografias, 2

tabelas e 1 gráfico. Isto representa 11,23% do material observado.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Nesta categoria, 20 matérias apresentaram hipertexto (7,21%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens, e 106 apresentaram a seção de matérias relacionadas (37,20%). Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens.

4.2.3.10. Esporte

A ABr classifica como “Esporte” as matérias relacionadas, principalmente, a questões de ordem política que causem efeito direto no esporte brasileiro (como matérias que digam respeito à Copa de 2014 ou o Ministério do Esporte).

Print plus: Todas as 36 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente às três coletas realizadas no período de outubro de 2011 a janeiro de 2012 pertencem à categoria *print plus*. As imagens, todas não clicáveis, estão presentes em 5 notícias, 13,8% do material observado. Nenhuma das notícias apresentou vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Nesta categoria, nenhuma matéria apresentou hipertexto. Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens.

4.2.3.11. Cultura

A ABr classifica como “Cultura” as matérias relacionadas à prática artística e cultural em seus mais variados meios – como eventos musicais ou de artes plásticas –, ou de patrimônio cultural, como o tombamento de edifícios ou a criação projetos arqueológicos.

Print plus: Todas as 12 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente as três coletas realizadas no período de outubro de 2011 à janeiro de 2012 pertencem a categoria *print plus*. Não foram encontradas imagens (tanto clicáveis quanto não-clicáveis) nem vídeos na amostragem.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Nesta categoria, apenas uma matéria apresentava uma palavra-chave que levava a um link externo; nenhum link interno foi encontrado. Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens.

4.2.3.12. Pesquisa e inovação

A ABr classifica como “Pesquisa e inovação” as matérias que dizem respeito a eventos que afetem diretamente a pesquisa tecnológica e científica no Brasil. A editoria abrange, por exemplo,

tópicos sobre empresas de tecnologia, financiamentos de pesquisas, levantamentos sobre a produção acadêmica no País e resultados provenientes de estudos brasileiros.

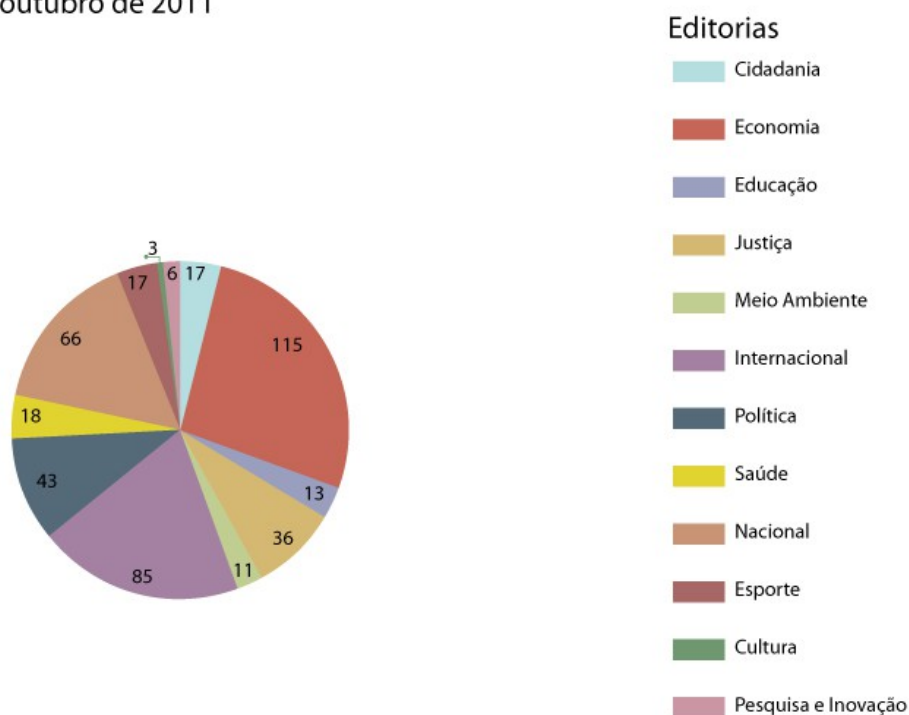
Print plus: Todas as 11 notícias desta editoria analisadas na pesquisa, referente às três coletas realizadas no período de outubro de 2011 a janeiro de 2012, pertencem à categoria *print plus*. Foi encontrada uma imagem (não-clicável) em apenas uma matéria. Nenhuma das notícias apresentou vídeo.

Hipertextualidade: interativos clicáveis, hiperlinks e matérias relacionadas: Nesta categoria, nenhum link externo ou interno foi encontrado. Todas apresentavam hiperlinks no formato de “palavras-chaves” no final das postagens.

4.2.4. Coleta de dados

Na coleta feita na semana de 24 a 28 de outubro de 2011, foram publicadas 374 matérias no site da ABr considerando que uma matéria pode ser classificada em mais de uma editoria, as matérias publicadas na semana da primeira coleta estão distribuídas da seguinte maneira:

Coleta 24 a 28 de outubro de 2011
374 matérias *



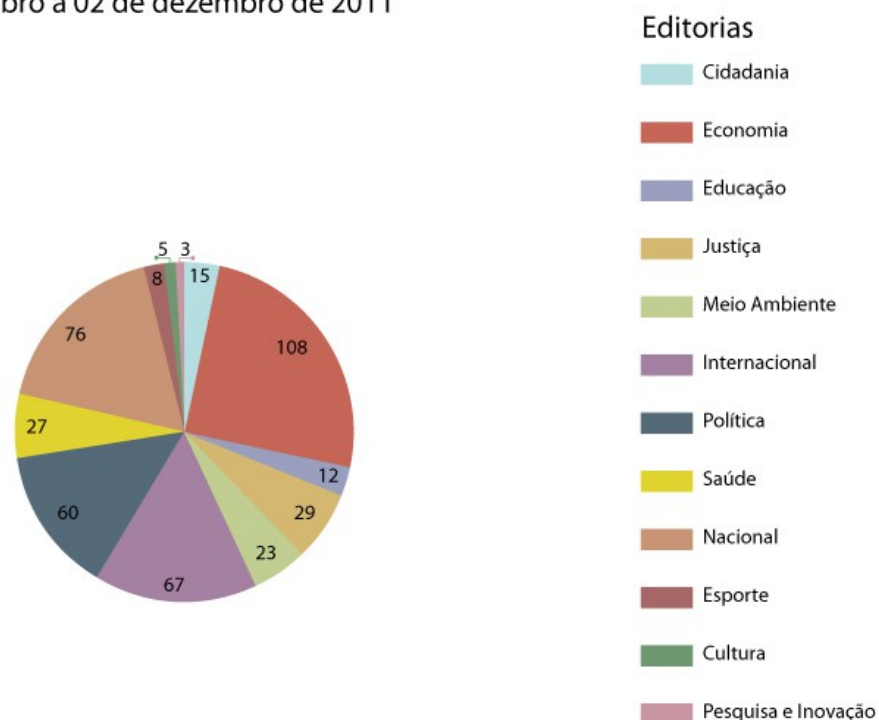
*considerando que uma matéria pode ser classificada em mais de uma editoria

Figura 11: Matérias publicadas no primeiro período de coleta, por editoria

Na segunda coleta feita na semana de 28 de novembro a 2 de dezembro de 2011, foram publicadas 387 matérias no site da ABr. considerando que uma matéria pode ser classificada em

mais de uma editoria, as matérias estão distribuídas da seguinte maneira:

Coleta 28 de novembro a 02 de dezembro de 2011
387 matérias *



*considerando que uma matéria pode ser classificada em mais de uma editoria

Figura 12: Matérias publicadas no segundo período de coleta, por editoria

Na terceira e última coleta, feita na semana de 9 a 13 de janeiro de 2012, foram publicadas 364 matérias no site da ABr. considerando que uma matéria pode ser classificada em mais de uma editoria, as matérias estão distribuídas da seguinte maneira:

Coleta 09 a 13 de janeiro de 2012
364 matérias *

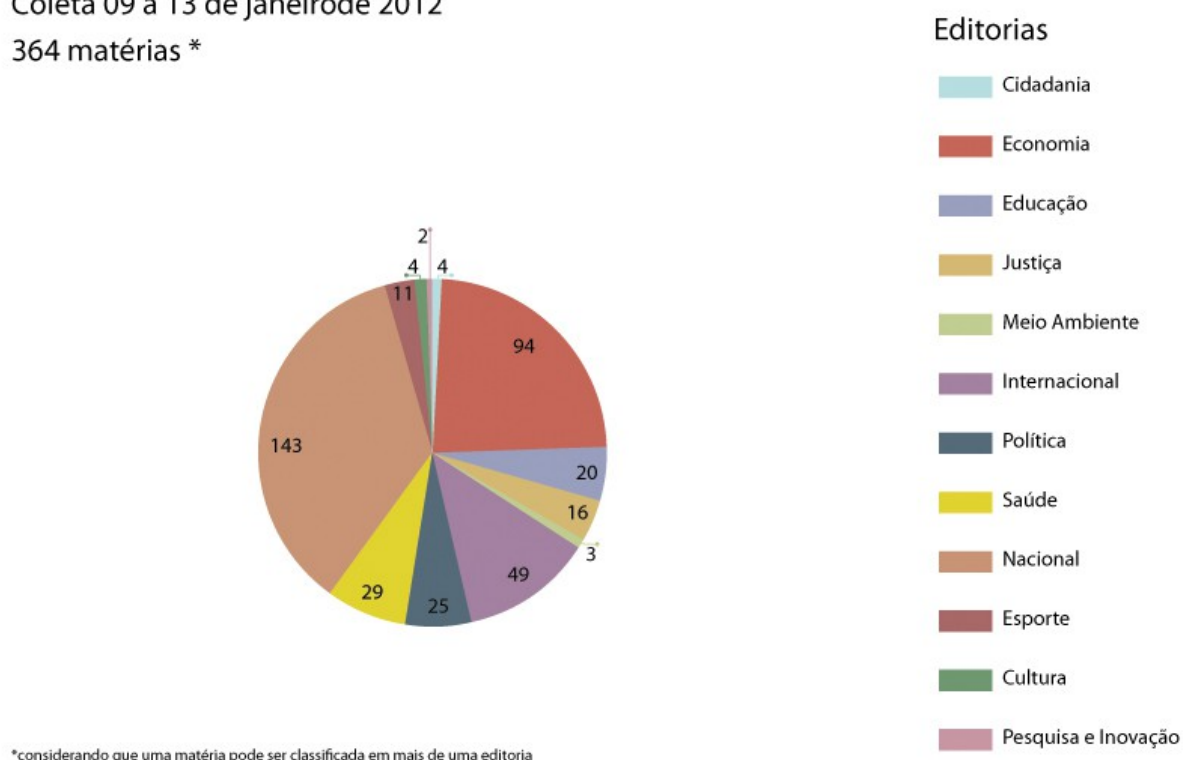


Figura 13: Matérias publicadas no terceiro período de coleta, por editoria

O gráfico abaixo demonstra a quantidade total de matérias selecionadas durante as três coletas, com indicações do número das características encontradas em cada editoria. Considerando a não utilização pela ABr de elementos como slideshows ou animações, optou-se por selecionar então outros pontos que podem direcionar a navegação do leitor. Os gráficos em barra exibem o número de aparições das seguintes especificidades: fotos clicáveis, fotos não clicáveis, hipertexto e gráfico/tabela.

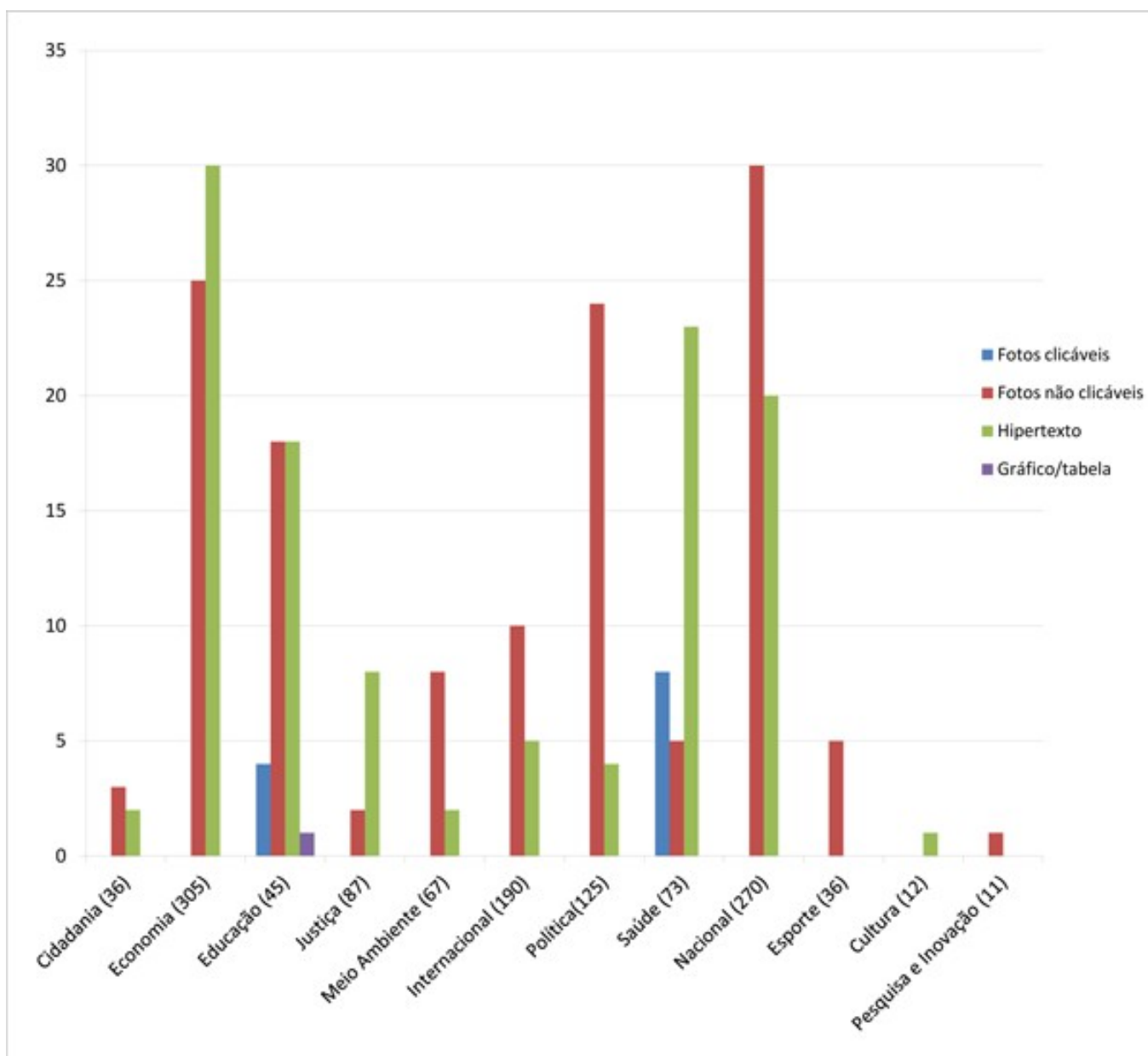


Figura 14: Características encontradas três coletas, por editoria

Embora o gráfico tenha sido elaborado em cima de uma coleta por amostragens – o que pode prejudicar uma conclusão correta sobre o portal pesquisado –, tais padrões foram percebidos também fora dos períodos selecionados pelos pesquisadores. Desta maneira, os dados acima demonstram, mesmo que com pouca precisão, a disparidade entre a utilização de fotos clicáveis e não clicáveis, por exemplo.

4.3. Considerações preliminares

Um site de notícias público deve ter como objetivo principal ser uma porta de entrada a uma vasta fonte de recursos e informações de caráter nacional e instrutivo, com potencial para

complementar, de forma eficaz, o processo de aquisição da informação, e talvez, servir de modelo para o jornalismo online que é feito atualmente. No entanto, para que tão importante missão possa ser cumprida, é fundamental que, no processo de desenvolvimento e manutenção, sejam cumpridos uma série de requisitos que garantam a qualidade dos conteúdos disponibilizados assim como aproveitar o meio internet na sua totalidade de possibilidades.

Nota-se pouca exploração de diferentes mídias, tendo em vista que a internet é um meio que suporta, além do texto e da fotografia, áudios, vídeos, infográficos animados, slideshows, multimídias interativos e outros tipos de mídia. A produção deste tipo de conteúdo poderia ser maior, não fosse a estrutura limitada (tanto humana quanto física) da Agência. Esta pesquisa revela que, embora não seja intencional, o Portal ainda mantém a estrutura de texto + foto, parecido com o que é feito no jornalismo impresso. Uma sugestão é que se invista na interatividade, com a disponibilização de ferramentas como fóruns, enquetes e chats.

Usabilidade: o site tem um tempo de carregamento rápido e boa organização do conteúdo. A escolha das fontes das letras foi correta, deixando o site limpo e simples. O menu superior está sempre visível, um ponto positivo. No entanto, o sistema de busca interno tem usabilidade pouco eficiente, além de deixar pouco claro o caminho que o leitor percorre até chegar à matéria desejada.

Na pesquisa, pudemos constatar, com dados obtidos a partir de bases teórico-práticas, que a interface online da Agência Brasil é um repositório de notícias que pouco explora as possibilidades oferecidas pela rede. A questão da formação de um corpo profissional se asoberba. Uma série de recursos hoje disponíveis permitem o desenvolvimento de materiais interativos e colaborativos, sem treinamento profissional exaustivo. Exemplos são os aplicativos para a criação de narrativas complexas (<http://storify.com>), automatização de galerias de imagens (<http://www.vuvox.com>), a montagem de linhas de tempo colaborativas (<http://www.dipity.com>), e mesmo, a visualização de grandes volumes de dados (<http://www-958.ibm.com/software/data/cognos/manyeyes>). A não exploração desses recursos mostra que o site ainda está ancorado nos pressupostos da fase de transposição: pouco movimento, pouca interação com o leitor, conteúdos lineares.

Por outro lado, a construção de uma proposta de jornalismo com foco no cidadão deve privilegiar o que Howard Rheingold preconiza como as habilidades necessárias para uma vida digital, a saber: (1) atenção; (2) participação; (3) colaboração; (4) estabelecimento de filtros de conteúdo; (5) pensamento de rede. Tais habilidades devem ser vistas tanto do lado produtor de conteúdo quanto dos receptores. O estabelecimento de canais de interatividade e colaboração são bases fundantes para uma proposta de distribuição de notícias inovadora e contemporânea. E, é nesse sentido, que esta pesquisa visa colaborar: constatar que a proposta da Agência Brasil necessita avançar e ousar nessa direção.

5. Monitoramento de processos jornalísticos

5.1 Aspectos introdutórios

A pesquisa sobre o monitoramento dos processos jornalísticos da ABr foi realizada com o objetivo de avaliar em que medida a sua produção jornalística está adequada a “padrões de qualidade” possíveis de serem identificados no âmbito de seu processo jornalístico, o que abarca, de alguma forma, os “padrões” da própria EBC, em seu conjunto.

Para tanto, foram realizados três tipos de investigação:

- **documental**, a fim de levantar requisitos (características necessárias e desejáveis dos produtos) de qualidade estabelecidos nos documentos que regem a EBC e a ABr, especificamente, e que, em tese, norteiam o trabalho da equipe jornalística, entre outros setores;

- **monitoramento de processos**, a fim de levantar como se dão os procedimentos de produção jornalística da agência e, avaliar, em que medida tais procedimentos contribuem ou não para o alcance daqueles requisitos;

- **análise de conteúdo de notícias publicadas**, a fim de traçar um perfil do conteúdo noticiado e a) avaliar sua adequação aos requisitos e padrões (metas de resultados considerados satisfatórios) de qualidade pretendidos e b) sua relação com os procedimentos de apuração adotadas pela agência.

Para obter informações preliminares sobre a dinâmica de funcionamento da agência e sobre ferramentas de gestão dos processos jornalísticos, foram realizadas três entrevistas. No dia 24/10/2011, foi entrevistado o editor-chefe da ABr, Ivanir Bortot, com a finalidade de conhecer a dinâmica geral de operação da agência, a aplicação das diretrizes editoriais e os mecanismos de gestão do processo jornalístico. No dia 15/11/2011, foi entrevistado o ex-presidente da Radiobras, Eugênio Bucci, para obter informações específicas sobre uma ferramenta de gestão implantada à época de sua administração, os planos editoriais, cuja entrevista confirmou a sua dinâmica de funcionamento tal qual descrita no Manual da Radiobras (2006). E, no dia 16/11/2011, foi entrevistado o responsável pela avaliação de erros da ABr, Cacalo Kfoury. As três entrevistas tiveram a finalidade de reunir informações preliminares e abrangentes sobre os processos jornalísticos da ABr, a fim de ampliar as informações de *background* da equipe na obtenção e tratamento dos dados efetivamente usados na pesquisa, obtidos a partir da pesquisa documental, observação e análise de conteúdo.

Todas as etapas da pesquisa foram realizadas de forma satisfatória, com a obtenção de

resultados elucidativos para se compreender relações básicas, mas estruturantes, do modo de fazer da agência. Entretanto, algumas dificuldades operacionais encontradas ao longo do processo (como o período de realização da pesquisa, o preparo da equipe, entre outros) comprometeram o aprofundamento e possível detalhamento de algumas informações capazes de gerar um diagnóstico mais minucioso do objeto aqui analisado.

Tantos os diagnósticos consolidados quanto as questões que ainda permitem maior grau de aprofundamento assim como as recomendações para a melhoria do desempenho da agência serão apresentadas ao final deste relatório.

5.2 Fundamentação teórica

Para a presente pesquisa, dois foram os referencias teóricos básicos. Um, da área de gestão da qualidade, a partir do qual se procura trazer o quadro teórico da administração e da engenharia de produção sobre o tema, adaptando-a aos estudos de jornalismo. Esse esforço tem sido parte significativa do trabalho do autor e da equipe nos últimos anos. Outro, de estudos da área de política, especificamente, ligados às democracias, os quais analisam e especificam os papéis que o jornalismo deve cumprir em sociedades democráticas. Tais papéis são importantes pois eles se constituem nos requisitos primeiros aos quais as organizações jornalísticas devem estar comprometidas na sua busca pela qualidade. E deles devem derivar por consequência o conjunto de requisitos organizacionais, como as diretrizes editoriais. Na sequência, ambas os referencias serão brevemente apresentados.

5.2.1 Aspectos teóricos da gestão da qualidade aplicada ao jornalismo

Em linhas gerais, um processo de avaliação de qualidade requer elementos básicos: a definição de um conjunto de requisitos que se espera alcançar, a implementação de processos adequados à produção de produtos com os requisitos desejados; um sistema de avaliação contínuo capaz de monitorar em que medida os processos estão efetivamente gerando os resultados esperados e, finalmente, mecanismos de correção de falhas e de desenvolvimento de melhorias para os processos e os produtos.

Essas linhas gerais estimulam as organizações a elaborar Sistemas de Gestão de Qualidade (SGQ), um conjunto de procedimentos para gerenciar a qualidade, capazes de assegurar, desde a perspectiva estratégica até a dimensão operacional, o compromisso e a efetividade do esforço organizacional voltada para a qualidade. A implementação de um SGQ, entretanto, não é simples. Envolve um complexo e articulado conjunto de ações, cujo escopo pode ser sistematizado em oito

diretrizes, conforme relacionados na Tabela 2.

Tabela 2: Diretrizes propostas para uma ferramenta conceitual de um Sistema de Gestão de Qualidade aplicado a organizações jornalísticas

–	1 - Requisitos gerais Avalia se a organização tem disponível um Sistema de Gestão da Qualidade. Deve haver informações sobre o funcionamento do sistema, política de qualidade, objetivos de qualidade e manual de qualidade. Todas as informações devem ser documentadas.
–	2 - Responsabilidade da direção e liderança organizacional Avalia três dimensões: visão estratégica, relativa ao planejamento organizacional, do qual deve derivar ou complementar o planejamento editorial; ética corporativa, relativa aos compromissos públicos, à transparência gerencial e ao zelo pela credibilidade da organização; e o planejamento de cobertura, relativo à gestão dos processos de produção, gestão do conteúdo e gestão das expectativas da audiência e da sociedade. Para essas três dimensões, avalia-se a capacidade da direção em liderar, motivar, propor, comunicar, implementar e avaliar o desempenho organizacional.
–	3 - Estratégias e planos Avalia a formulação de estratégias tanto organizacionais quanto editoriais. Em relação às estratégias organizacionais, considera-se a análise do ambiente externo (geral e de tarefa) e interno, os cenários, as perspectivas, metas e resultados esperados no longo prazo. Em relação às estratégias e planos editoriais, considera-se a pesquisa de expectativas e necessidades da audiência e da sociedade; análise das áreas temáticas passíveis de atender a tais expectativas e necessidades; definição de planos de conteúdos, desenvolvimento contínuo de Processos de Produção inovadores. Deve prover a definição de requisitos, indicadores e padrões, bem como fazer revisões periódicas, a fim de atualizar todos esses elementos à luz das mudanças dos diversos ambientes.
–	4 - Audiência e sociedade Avalia a capacidade e a importância que a organização dá ao conhecimento da sua audiência específica assim como da sociedade como um todo. Implica pesquisa de expectativas e necessidades da audiência, bem como seu perfil, sua competência cognitiva, a fim de melhor adequar a abordagens dos assuntos em função de suas possibilidades de entendimento. Implica pesquisa sobre as necessidades de informação da sociedade, como a agenda pública e política, o desenvolvimento social, e temas particularmente sensíveis na área de atuação da organização.
–	5 - Informações e conhecimento Avalia a gestão do conhecimento organizacional, que viabiliza a circulação e o acesso à informação interna e externas necessárias para o trabalho. Avalia utilização de sistemas de informação voltados para dar eficiência e eficácia ao Planejamento de Cobertura: a) Gestão dos processos de produção; b) Gestão do conteúdo: organização, armazenamento, compartilhamento e pesquisa de conteúdo, além de acesso atualizado às informações constantes do item 4; c) Sistema de Gestão da Qualidade: monitoramento informatizado sobre acompanhamento dos processos de produção de conteúdos. Inclui capacitação de profissionais.
–	6 - Gestão de Recursos Avalia a gestão de recursos materiais e humanos. Recursos materiais: o fornecimento de meios necessários aos processos de produção para garantir a) a satisfação da audiência e da sociedade e b) o correto funcionamento do sistema de gestão. Recursos humanos: organização do trabalho, seleção, contratação e promoção de pessoas; estímulo às pessoas e às equipes; capacitação; construção de um ambiente propício à inovação e à qualidade de vida das pessoas tanto interna quanto externamente.
–	7 - Realização do produto e dos processos Avalia os processos de produção e sua capacidade para abarcar os conteúdos pré-definidos em função das expectativas e demandas da audiência e da sociedade. Avalia a) o planejamento de produtos e de processos, visando a melhoria contínua; b) a execução dos processos; e c) a conformidade dos produtos às expectativas e necessidades da audiência.

8 - Medição, análise e melhoria / resultados

Avalia os resultados da organização. Implica o desenvolvimento de indicadores destinados à avaliação dos produtos em seus aspectos formais e de conteúdo. Avalia a percepção da audiência e da sociedade sobre o nível de atendimento da organização a suas expectativas e necessidades.

Fonte: Guerra, 2010, p. 47.

Para os propósitos deste relatório, entretanto, voltado à análise dos processos jornalísticos da ABr, serão destacados alguns conceitos fundamentais e alguns componentes básicos do conjunto das diretrizes, suficientes e necessários para caracterizar o diagnóstico sobre o estágio atual da agência. Essas diretrizes serão retomadas adiante, quando serão sistematizados aspectos analisados nesta pesquisa.

A compreensão global da análise de qualidade para organizações jornalísticas deve partir de uma compreensão inicial sobre o que vem a ser qualidade. Nas diretrizes dos sistemas de gestão da qualidade, há uma determinação essencial de que uma organização atue com foco no cliente, interpretando suas expectativas e esforçando-se para atendê-las. Esse ponto de partida é melhor esclarecido pela norma ABNT NBR ISO 9001:2008, para a qual, em seus processos relacionados a clientes, a “organização deve determinar”:

a) os requisitos especificados pelo cliente, incluindo os requisitos para entrega e para atividades de pós-entrega; b) os requisitos não declarados pelo cliente, mas necessários para o uso específico ou pretendido, onde conhecido; c) requisitos estatutários e regulamentares aplicáveis ao produto, e d) quaisquer requisitos adicionais considerados necessários pela organização. (ABNT NBR ISO 9001:2008, p. 7)

Não se pode, obviamente, interpretar precipitadamente que a noção de qualidade acima expressa representa, no caso do jornalismo, uma simples concessão ao gosto da “audiência”, em busca meramente de clientes para alavancar lucros. No item (b), por exemplo, fica claro que um produto ou serviço deve atender ao uso específico ou pretendido, mesmo que não declarado pelo cliente. Além disso, no item (c), há normas estatutárias e regulamentares que precisam ser levadas em consideração, necessariamente. No caso da EBC, há uma legislação própria, além de estatuto e regimento interno. Portanto, o foco inicial no cliente representa a necessidade que, de alguma forma, o produto a ser oferecido seja fruto de uma demanda por parte da audiência, sem a qual se torna impossível uma relação de comunicação entre a organização que oferece notícias e seu potencial público consumidor. Premissa essa que se desdobra em duas: a) a demanda do público não pode ser vista como algo que “baixa a qualidade” das notícias, como muitas vezes se faz pensar na área; b) na relação que se estabelece entre organização e suas audiências, vai se estabelecendo um processo de mútua acomodação em que a audiência apresenta expectativas e a organização também atua na criação dessas expectativas, contribuindo também para a formação de seu próprio público.

Dessa forma, na esfera do jornalismo, poderíamos ter a seguinte definição de qualidade:

Qualidade é o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência, consideradas as expectativas da audiência em duas dimensões: a) dimensão privada, relativas a seus gostos, preferências e interesses pessoais; e b) dimensão pública, relativas ao interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal.(Guerra, 2010, p. 46)

A definição proposta reconhece que as pessoas têm demandas legítimas, de ordem privada, para demandar notícias. A compra de um bem, a organização de uma viagem a lazer, a fruição de um produto cultural, a torcida pelo seu time de futebol, entre outras tantas demandas que qualquer pessoa pode ter em função de seus gostos, preferências, interesses, etc. A imprensa comercial normalmente explora significativamente esse segmento de mercado, desde notícias de paisagismo e jardinagem até os últimos lançamentos da indústria automobilística.

Há, entretanto, outra dimensão, que pode cruzar muitas vezes com a primeira, mas que se sustenta a partir da noção de cidadania, da qual nenhum ser humano, considerado adulto e capaz, escapa, quando considerados os princípios fundantes das sociedades democráticas. Todos, gostem ou não, são chamados a exercer sua cota de responsabilidade política nessas sociedades, a partir do reconhecimento inicial de que “todo o poder emana do povo e em seu nome deve ser exercido”. Essa é a dimensão pública, relativa ao interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal, ao qual todas as organizações jornalísticas autoproclamadas sérias buscam também atender. O conjunto de requisitos dessa dimensão é o que se prescreve no item (b) das obrigações relativas às organizações, conforme a norma ABNT NBR ISO 9001:2008: “b) os requisitos não declarados pelo cliente, mas necessários para o uso específico ou pretendido, onde conhecido”; e no item (c), quando trata de uma empresa pública, instituída por meio de lei: “c) requisitos estatutários e regulamentares aplicáveis ao produto”.

Lidar com essa dimensão é um desafio altamente complexo, porque o exercício da cidadania requer um conjunto de saberes procedimentais relativos à engenharia institucional desenvolvida nas sociedades democráticas para a implementação de seus processos decisórios, um dos pilares fundamentais de uma democracia. Aqui, exemplifica-se com uma dúvida simples: qual o percentual de brasileiros eleitores entende e aplica a lógica e as regras das eleições proporcionais para vereadores, deputados estaduais e deputados federais? Além das regras processuais, evidentemente, há a exigência de compreensão dos problemas, igualmente complexos, que são objeto do debate político. “Código florestal”, “lei geral da copa” e “reforma política” são temas que um cidadão precisa ter alguma capacidade de entendimento para avaliar a postura de seus representantes eleitos, dos partidos, de organizações da sociedade civil, enfim, para que entenda e saiba posicionar-se em cada caso.

O cenário acima é tão complexo quanto desafiador para o jornalismo. E certamente toda organização jornalística que se pretenda “de qualidade” deverá assumir tal desafio. Mas, o compromisso em superar esse desafio não é suficiente se, na prática, os resultados não forem satisfatórios. Do que resulta que, em síntese, a busca pela qualidade parte necessariamente de intenções afirmadas, aliadas a ações efetivas para sua materialização e, obviamente, efetivas na obtenção de resultados concretos apresentados.

Para avaliar a qualidade de uma organização jornalística, é preciso então detalhar as expectativas expressas no conceito de qualidade, por um lado, e avaliar o grau de adequação que uma organização jornalística se comporta em relação a elas, por outro. Neste caso, em se tratando de uma agência pública a avaliada, será preciso caracterizar a especificidade desta agência, se houver, no esforço de atender tais demandas. Para tanto, iremos a seguir apresentar o perfil e os desafios da instituição jornalística nas democracias.

5.2.2 Papéis do jornalismo em sociedades democráticas

A tradição das teorias democráticas aplicadas ao jornalismo o considera uma atividade essencial para produzir e fazer circular informações capazes de catalisar o jogo político. Isto é, através das informações jornalísticas, as pessoas dispõem, por um lado, de melhores meios para se expressar nos conflitos em que potencialmente estejam envolvidos e, por outro, de acesso a informações sobre os fatos e as partes, capazes de lhe permitir formar um melhor juízo acerca da situação.

Tal percepção pode ser exemplificada pelo que afirma Abdul Waheed Khan, diretor-geral assistente para a Comunicação e Informação da UNESCO, no prefácio do documento *Indicadores de Desenvolvimento da Mídia: marcos para avaliação de desenvolvimento dos meios de comunicação*, ao justificar que a atenção da sua organização para os meios de comunicação

está claramente vinculado ao potencial da mídia no fortalecimento dos processos democráticos participativos, transparentes e responsáveis, considerando todos os atores da sociedade. As evidências mostram que um ambiente livre, independente e pluralista para a mídia é essencial para a promoção da democracia. Ademais, ao oferecer um meio de comunicação e acesso à informação, a mídia pode ajudar a assegurar aos cidadãos e às cidadãs as ferramentas necessárias para fazer boas escolhas e a melhorar sua participação no processo decisório relativo a questões que afetam suas vidas. (Khan, 2010, p. vii)

As preocupações manifestadas pela Unesco em seus documentos, especificamente neste sobre Comunicação, expressam fortes consensos, construídos em debates nos quais há grande envolvimento de toda a comunidade internacional sobre o papel da comunicação e, especificamente,

quando aplicável, do jornalismo. De acordo com Norris & Odugbemi (2008, p. 28)²⁵, papel deve ser entendido como um conjunto de expectativas que governam o comportamento das pessoas e instituições para o desempenho de uma particular função na sociedade, e que tem uma dimensão simultaneamente normativa e empírica.

Para os autores, três são os papéis fundamentais dos jornalistas: *Watchdogs*, a clássica noção de quarto poder, com os meios estabelecendo um contrapeso aos poderes executivo, legislativo e judiciário; *Agenda-setters*, a atribuição de destaque a temas de importância pública e política; e *Gate-keepers*, a abertura para a pluralidade de pontos de vista envolvidos na discussão dos mais diversos assuntos (Norris & Odugbemi, 2008, p. 30-32).

De forma similar, Canela também aponta que os meios deveriam atuar²⁶:

a) contribuindo para o agendamento dos temas prioritários para o desenvolvimento humano; b) atuando como instituição central no sistema de freios-e-contrapesos dos regimes democráticos, colaborando para que os governos (mas também o setor privado e a sociedade civil) sejam mais responsivos (*accountable*) na formulação, execução, monitoramento e avaliação as políticas públicas; c) informando, de maneira contextualizada, os cidadãos e cidadãs de tal forma que estes possam participar de modo ainda mais ativo da vida política, fiscalizando e cobrando a promoção de todos os direitos humanos. (Canela, 2007)

É dessa condição pública que o trabalho jornalístico adquire em função do seu papel nas sociedades democrática, que o interesse público aparece como um Valor-Notícia de Referência Universal²⁷. O interesse público, assim considerado, aponta um princípio de orientação para o trabalho jornalístico, mas também para um sinal de alerta, pois a divulgação de notícias além de constituir a oferta pública de informações a partir das quais os cidadãos tomam conhecimento dos fatos que

25 “‘Roles’ are understood as a set of expectations governing the behavior of persons and institutions holding a particular function in society; a set of norms, values and standards that defines how persons and institutions should and do work. Roles therefore have both normative and empirical dimensions. Understanding roles requires a clear vision of the idea of democratic governance and the public sphere, the ideal context within which journalists operate, providing the benchmark to evaluate their actual performance” (Norris and Adugbemi, 2008, p. 28).

26 De acordo com Canela (2007), ressalvada a complexidade do debate, é importante estabelecer a premissa da qual parte para o estabelecimento dessas funções: “1) ainda que compartilhem das análises que apontam as sérias questões regulatórias envolvendo os *mass media*, discutidas sob o guarda-chuva das chamadas Políticas Públicas de Comunicação, estamos sustentando a idéia de que a mídia noticiosa “tradicional” pode e deve desempenhar um papel central nos processos de desenvolvimento das nações”.

27 O conceito de Valor-Notícia de Referência representa os valores-notícia efetivamente incorporados por organizações no seu trabalho ativo de produção de notícias. Eles diferem dos Valores-Notícia Potenciais, isto é, as expectativas que podem existir junto a audiências e à sociedade, mas não são efetivamente ainda incorporados pelas organizações. Quando se afirma que o interesse público é um Valor-Notícia de Referência Universal, afirma-se que, no âmbito das sociedades democráticas, ele necessariamente deve ser considerado pelas organizações, dado o papel que a sociedade atribui e exige da instituição jornalística. Para uma discussão mais detalhada sobre valor-notícia, Valor-Notícia de Referência e Valor-Notícia Potencial, ver Guerra (2008, p. 226-238).

acontecem para além do raio de sua experiência direta, pode provocar conseqüências na vida de pessoas independentemente da intenção do emissor.

Assim, três fatores tornam a notícia um produto que extrapola seu caráter meramente comercial, que eventualmente se esgotaria numa relação de consumo privado entre organizações e suas audiências: 1) ela se constitui numa das mais importantes fontes de acesso ao direito à informação dos cidadãos (Gentilli, 2005); 2) ela contribui para a formação da agenda de temas sobre os quais os cidadãos irão discutir e formar suas próprias convicções sobre as mais diversas esferas da vida social (Gomes, 2004) e 3) acrescento, ela é potencialmente geradora de “impacto público”, isto é, a capacidade de provocar conseqüências práticas na vida das pessoas. Nessas três dimensões, toda organização jornalística ao disponibilizar seu conteúdo para a sociedade, faz com que as conseqüências do que é noticiado não fique restrita à mera relação de consumo privado entre quem ofertou e quem consumiu a informação.

Tal delimitação dos papéis essenciais do jornalismo nas sociedades democráticas não comporta distinção entre a oferta “pública” e “privada” do serviço de notícias. Como tal distinção não há em outras áreas, saúde, educação, etc. A concepção tradicional, inclusive, que se sustenta em premissas liberais, vai apontar para a iniciativa privada como sendo a mais adequada para torná-los efetivos, em função do risco ou ameaça que tal serviço essencial poderia padecer se controlado de alguma forma pelo estado. A experiência, entretanto, de empresas públicas de comunicação consolidadas, como a BBC, obviamente, relativiza o absolutismo muitas vezes presente em teses como a enunciada. O esforço de consolidação da EBC, que tem nesse padrão de emissora pública importantes referenciais, segue por este mesmo caminho.

Assim, ao retomar a definição de qualidade jornalística anteriormente apresentada, temos em conta que o jornalismo praticado por uma empresa pública de comunicação deve se ater às expectativas da sua audiência, quando consideradas em sua dimensão pública, isto é, relativas ao interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal. Pois o destinatário final dessa informação deve ser “o cidadão”, no conjunto de questões que afetam seus direitos e deveres necessários à vida democrática. Essa é uma definição formal, pois na prática os “cidadãos” têm diferentes níveis de compreensão das notícias publicadas. E isso gera uma assimetria no consumo do produto notícia, assimetria experimentada também em outras áreas, é bom enfatizar, onde as potencialidades de cada indivíduo os tornam mais ou menos preparados para lidar com suas exigências. Um exemplo, no processo eleitoral, alguns têm melhores condições de compreender as regras do jogo eleitoral, os temas, as correlações de forças, os projetos políticos e de poder em disputa, do que outros.

A dimensão exclusivamente privada das expectativas dos indivíduos pode ser satisfeita por inúmeros veículos privados que se dedicam a elas. Quando estas dimensões atravessarem a dimensão pública, certamente, haverá aí motivação para explorar jornalisticamente o caso.

Assim entendido o papel do jornalismo como instituição social, resta uma questão: não haveria então diferença entre a oferta pública e privada do serviço de informação, haja vista que ambas devem estar, de alguma forma, comprometidas também com a dimensão pública que configura o jornalismo desde o século XVIII? Conceitual e eticamente, não. Aceitar qualquer diferença nesse sentido nos levaria a perder referências críticas importantes para cobrar responsabilidade aos veículos privados com a função pública que exercem (ou deveriam exercer). A diferença vai ser fruto da especialização, do foco, do grau de profundidade e amplitude das questões de ordem pública abordadas. Apenas isso. Enquanto a iniciativa privada se divide entre demandas de ordem pública e privada, muitas vezes privilegiando esta segunda, uma organização pública deve buscar a excelência no trato das questões relativas à cidadania e ao interesse público. E assim colocar também referências para que se avalie o desempenho da imprensa comercial.

As expectativas ligadas à dimensão pública podem ser refinadas, de forma sintética, a partir das contribuições de Norris & Odugbemi (2008, p. 30-32) e Canela (2007), em cinco papéis essenciais:

- acompanhar e fiscalizar os poderes executivo, legislativo e judiciário constituídos, a fim de promover ampla visibilidade às questões que naquelas instituições importam;

- atuar como instituição central no sistema de freios-e-contrapesos dos regimes democráticos, colaborando para que os governos (mas também o setor privado e a sociedade civil) sejam mais responsáveis (*accountable*) na formulação, execução, monitoramento e avaliação das políticas públicas;

- contribuir para o agendamento dos temas prioritários de importância pública e política;

- promover a pluralidade de pontos de vista envolvidos na discussão dos mais diversos assuntos;

- informar, de maneira contextualizada, os cidadãos e cidadãs de tal forma que estes possam participar de modo ainda mais ativo da vida política, fiscalizando e cobrando a promoção de todos os direitos humanos.

5.3 Apresentação dos resultados

A análise realizada dos processos da ABr parte da definição de qualidade inicialmente formulada, especificamente, em relação ao atendimento de expectativas relacionadas à dimensão pública, aquela concernente ao exercício da cidadania. E nesse sentido considera igualmente as especificações apresentadas, que detalham o que exatamente poderia ser considerado “interesse público” como Valor-Notícia de Referência Universal.

Os papéis apresentados como requisitos clássicos do jornalismo em sociedades democráticas representam desafios primeiros a serem atingidos pela ABr. Entretanto, para se atingir tais objetivos torna-se necessário dispor dos processos adequados a tal finalidade. Afinal, há uma relação direta entre processos e produtos resultantes deles. Por isso, a avaliação que iremos empreender tem como foco os processos de produção jornalística da agência.

Para fazer tal análise, iremos nos basear em algumas categorias básicas dos sistemas de gestão de qualidade. Como a ABr não dispõe de um Sistema de Gestão de Qualidade implantado, não faz sentido analisá-lo a partir do conjunto de exigências, por exemplo, apresentado pela ABNT NBR ISO 9001:2008 e contidas nas oito diretrizes relacionadas na Tabela 10. Assim, para esta análise, foi selecionado um conjunto de diretrizes do sistema de gestão de qualidade aplicado ao jornalismo²⁸ que mais se adequa à avaliação inicial dos processos jornalísticos, aqui pretendida.

As diretrizes consideradas para avaliação são (a numeração abaixo preserva a sequência apresentada na Tabela 10:

3 – **Estratégias e planos:** o objetivo é avaliar o grau de planejamento e visão estratégica da cobertura jornalística da ABr;

4 – **Audiência e sociedade:** o objetivo é avaliar o grau de preocupação, sintonia e capacidade de considerar as expectativas da audiência e da sociedade em sua produção jornalística;

5 – **Informação e conhecimento:** o objetivo é avaliar o grau de guarda, sistematização e gestão do conhecimento organizacional, relativo tanto à própria organização quanto a aspectos ambientais que dizem respeito ao trabalho jornalístico da empresa;

7 – **Realização do produto e dos processos:** o objetivo é avaliar como o processo de produção está configurado e é realizado em relação aos aspectos estratégicos, às expectativas da audiência e da sociedade;

8 – **Medição, análise e melhoria:** o objetivo é avaliar quais os instrumentos de avaliação existentes e como eles induzem e orientam a um processo contínuo de aperfeiçoamento.

Sempre que oportuno, cada diretriz será avaliada a partir dos seguintes requisitos:

²⁸ Desenvolvido no trabalho Sistema de Gestão da Qualidade Aplicado ao Jornalismo: uma abordagem inicial (Guerra, 2010).

- **documentação**: declaração na forma de documento (documento é uma informação e o meio no qual ela está contido) do conjunto de orientações necessárias à execução do processo, desde aquelas de natureza estratégica até as de natureza operacional (cf.: ABNT NBR ISSO 9001:2008, p. 2);

- **especificações**: um tipo específico de documento que define os requisitos dos produtos (cf.: ABNT NBR ISSO 9000:2005, p. 17);

- **registros**: um tipo específico de documento que apresenta resultados obtidos ou fornece evidências de atividades realizadas (cf.: ABNT NBR ISSO 9000:2005, p. 17).

- **rastreabilidade**: capacidade de recuperar o histórico, a aplicação ou a localização daquilo que está sendo considerado. (cf.: ABNT NBR ISSO 9000:2005, p. 14)

- **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)

5.3.1 Metodologia para obtenção dos dados

A avaliação de qualidade dos processos jornalísticos da ABr passou por três movimentos: análise documental, monitoramento dos processos e análise de conteúdo. Cada um será detalhado a seguir.

5.3.1.1 Pesquisa documental: orientações de qualidade presentes nos documentos

Na pesquisa documental, o objetivo foi identificar o grau de documentação relativa às diretrizes jornalísticas para a empresa. Foram analisados os seguintes documentos:

1. **Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008**, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e autoriza o Poder Executivo a constituir a EBC – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966;
2. **Decreto nº 6.689, de 11 de dezembro de 2008**, o Estatuto da EBC;
3. **Regimento Interno da EBC**, deliberação COADM nº 002/2012, de 10/01/2012;

4. **Novo Manual de Jornalismo**, versão disponibilizada para a pesquisa em 18/12/2011;
5. **Plano de Atividades 2011**, disponibilizado para a pesquisa em 02/10/2011;
6. **Relatório de Atividades 2011**, disponibilizado para a pesquisa em 31/01/2012;
7. **Plano de Trabalho – 2012**, disponibilizado para a pesquisa em 31/01/2012;

Para análise dos documentos numerados de 1 a 4, foi montado um quadro relacionando esses documentos com as diretrizes de qualidade (ver Apêndice E). Dentro de cada célula do quadro, as informações eram identificadas, por meio de marcas gráficas (*itálico* para requisitos e **negrito** para documentos citados), as referências aos itens caros a uma gestão voltada para a qualidade.

A partir da análise desses documentos, foi possível produzir uma análise e sugerir um grau de avaliação dos requisitos. Para esta avaliação, foi estabelecida uma escala de quatro níveis, que parte do Nível 1, o menos satisfatório, até o Nível 4, o mais satisfatório. Os padrões foram sugeridos pela equipe, com base numa pesquisa anterior sobre Gestão da Produção Jornalística. Essa é sua única referência, por isso a avaliação aqui proposta deve ser vista exclusivamente com uma sugestão à EBC/ABr, que pode, por si mesma, efetuar sua autoavaliação para cada item, assim como redefinir os próprios padrões a partir de critérios que julgar mais desafiadores para seu próprio trabalho.

5.3.1.1.1 - Em relação a Estratégias e Planos

Os documentos analisados prescrevem um conjunto de planos: a) planos estratégicos, para a política de jornalismo da empresa, subsidiando, por sua vez, a elaboração de b) planos estratégicos da empresa; e c) Novo Manual de Jornalismo que, conforme o próprio manual informa, é o plano editorial para toda a área de jornalismo da EBC. Há, portanto, um esforço percebido nas normas para demandar o planejamento das ações da empresa que, de certa forma, reverbera e impacta na produção da ABr. De todos os planos acima estipulados, a equipe de pesquisa analisou o Novo Manual de Jornalismo.

Apesar dos planos disponíveis, há duas situações que precisam ser melhor articuladas em sua elaboração e documentação:

a) O Novo Manual de Jornalismo foi produzido ao longo de 2011, num esforço meritório de todos os envolvidos, entretanto, sem referências explícitas ao Planejamento Estratégico da EBC, cuja formulação só está prevista no Plano de Trabalho 2012. O Planejamento Estratégico define os

principais rumos da organização, ao qual o Novo Manual de Jornalismo deverá estar alinhado. É função disso, apesar de recente, é possível que o novo manual necessite de uma revisão para ajustar-se à concepção global da empresa construída no planejamento estratégico.

b) O Novo Manual de Jornalismo, certamente sustentado por uma “cultura de manual” que impera na imprensa, objeto da mesma avaliação aqui apresentada, desenvolve diretrizes estratégicas, intermediárias e até de procedimentos operacionais num mesmo documento. Os conteúdos são importantes, mas poderiam ser melhor desenvolvidos em documentos distintos e específicos. A documentação dos processos requer a observação da estruturação dos níveis organizacionais estratégico, intermediário e operacional, condição para se definir o grau de especificidade das orientações contidas em cada um (cf.: Oliveira, 2006, p. 168-169).

Grau de avaliação do Requisito Documentação para Estratégias e Planos			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não há previsão de planos editoriais nos documentos normativos da empresa.	Há previsão de planos editoriais, mas estão desarticulados dos Planos de Gestão da Empresa.	Há previsão de planos editoriais, eles estão articulados aos Planos de Gestão da Empresa, mas não estão articulados ao Planejamento Estratégico.	Há previsão de planos editoriais, eles contemplam diferentes níveis organizacionais de gestão dos processos jornalísticos, estão articulados aos Planos de Gestão da Empresa e ao Planejamento Estratégico.
		X	

Justificativa: a EBC/ABr prevê os Planos de Jornalismo, articulados com os Planos da Empresa. Entretanto, tais planos não detalham compromissos e especificações para os diferentes níveis organizacionais nem estão articulados ao Planejamento Estratégico, que só agora está em elaboração.

5.3.1.1.2 - Em relação à Audiência e Sociedade

Há farta referência documental relativa à necessidade de a EBC e, por consequência, a ABr, estar ajustada às demandas da sociedade, especificamente, na direção de buscar conteúdos de interesse público, a fim de tornar-se um instrumento destinado a potencializar o exercício da cidadania pelos brasileiros. Desde a Lei 11.652/2008, que cria a EBC, passando pelo seu Estatuto e Regimento Interno, há princípios e objetivos que tornam claro tais compromissos com as demandas da sociedade.

Especificamente, vale citar alguns trechos do Regimento Interno, relativo às competências da Diretoria de Jornalismo, como:

III - tratar *as políticas públicas de interesse da população* na programação jornalística dos veículos públicos da EBC, *debatendo-as e esclarecendo-as, contribuindo para ampliar o acesso à informação e a formação crítica do cidadão;*
 IV - *promover o debate de temas e assuntos de interesse nacional*, observando o grau de *pluralidade política, social e ideológica* da sociedade brasileira; [...] VI - *buscar a participação da sociedade na formulação da agenda orientadora do jornalismo praticado pelos canais da EBC;* (Art 31, Regimento Interno – grifo nosso)

Além de firmar tais compromissos, coincidentes com os papéis que se espera do jornalismo nas democracias, a EBC/ABr demonstra também uma forte disposição de abrir-se tanto para acolher críticas e avaliações em relação ao seu trabalho quanto para acolher possíveis sugestões de cobertura. Tal disposição também fica clara, por exemplo, no Novo Manual de Jornalismo, que relaciona os espaços por onde a sociedade pode se manifestar sobre o trabalho da empresa, entre os quais:

destacam-se o Conselho Curador [...], a Ouvidoria, [...] e os meios mais rotineiros e tradicionais, como os e-mails e os telefonemas. Outra fonte que deve integrar esse painel orientador são os conteúdos postados em redes sociais. O contato dos profissionais com a população e as pesquisas de opinião [...] compõem o conjunto de instrumentos de influência do cidadão sobre o jornalismo da EBC. Ele sugere, crítica, demanda e é recebido pelos veículos da empresa como um diferencial valioso. (Novo Manual, p. 10)

Há, portanto, documentação relativa aos compromissos da EBC/ABr com a audiência e a sociedade, em acordo com os papéis que se espera o jornalismo venha a cumprir em sociedades democráticas. O principal desafio, como se verá adiante, será o esquadramento desses compromissos em diretrizes editoriais e sua efetiva implementação em seu processo jornalístico.

Grau de avaliação do Requisito Documentação sobre foco na Audiência e Sociedade			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
<p>Não há previsão de como considerar as demandas da sociedade e da audiência nos documentos normativos da empresa.</p>	<p>Há previsão de considerar as demandas da audiência e da sociedade, mas não estão previstos os meios para isso.</p>	<p>Há previsão de considerar as demandas da audiência e da sociedade, com a indicação dos meios para isso.</p>	<p>Há previsão de considerar as demandas da audiência e da sociedade, com a indicação dos meios para isso, com ampla divulgação e fácil acesso, aliado a um sistema de avaliação continuada sobre a eficácia desses meios no efetivo atendimento da demanda da audiência e da sociedade.</p>
		X	

Justificativa: a EBC/ABr prevê tem normas que definem a necessidade de ouvir a sociedade, disponibiliza meios para isso, entretanto, não prescreve mecanismos de avaliação sobre a eficácia desses meios.

5.3.1.1.3 - Em relação a Informação e Conhecimento

Os documentos analisados fazem referências a outros documentos nos quais são estabelecidos instrumentos de gestão da informação e do conhecimento organizacional. O Regimento interno trata de “diretrizes da política tecnológica da empresa” (Art. 19, XVIII); da instituição do “Comitê de Tecnologia da Informação e da Comunicação” (Art. 19, XXII); e das

diretrizes técnicas deste comitê (Art. 31, V). Além disso, no Anexo IV do Regimento Interno, estão apresentadas como atribuições do Superintendente de Comunicação Multimídia o desenvolvimento de sistemas e programas “voltados para melhorar e modernizar os processos e mecanismos de distribuição de conteúdos pela internet”.

No Novo Manual há referência à Gestão da Informação, ao afirmar que

a qualidade do conteúdo transmitido pela EBC requer *contextualização, agregação de circunstâncias, causas e consequências ou fornece elementos para que o cidadão tire conclusões a respeito*. Significa *ampliar o factual*, objeto direto da reportagem, disponibilizando dados e informações pertinentes, no mesmo veículo e programa ou em veículo de outra plataforma da EBC. (Novo Manual, p. 40)

E acrescenta: “Inclui, portanto, a prática de convergência de mídia, onde a internet pode e deve ser articulada como ferramenta de extrema relevância para incremento da qualidade do conteúdo da EBC” (Novo Manual, p. 40). Trata ainda da riqueza do “ambiente de rede” para a captura e qualificação da informação jornalística, assim como dos recursos de convergência, entre outros possíveis (Novo Manual, p. 40-42).

Os documentos da EBC também expressam, portanto, preocupações em relação à diretriz Informação e Conhecimento. Entretanto, é preciso expressar com maior clareza qual a extensão dos itens de gestão de informação e conhecimento expressos nos documentos estão previstos para a atividade de produção de conteúdos. Esse ponto de dúvida surge pela ausência explícita desse foco, que deveria ser central para o jornalismo, quando consideradas, por exemplo, referências claras em relação a processos voltados à disponibilização de conteúdo em multiplataformas, por exemplo.

Grau de avaliação do Requisito Documentação sobre Informação e Conhecimento			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não há previsão sobre nenhum instrumento de gestão de informação e conhecimento.	Há previsão sobre instrumentos de gestão de informação e conhecimento, entretanto eles não estão diretamente vinculados à gestão editorial do processo conhecimento jornalístico.	Há previsão sobre instrumentos de gestão de informação e conhecimento, eles estão diretamente vinculados à gestão editorial do processo jornalístico.	Há previsão sobre instrumentos de gestão de informação e conhecimento, eles estão diretamente vinculados à gestão editorial do processo jornalístico, além de permitir meios de avaliação da qualidade editorial
	X		

Justificativa: a EBC/ABr tem normas que prevêm mecanismo de gestão da informação e do conhecimento, entretanto, não estão claramente vinculados à gestão dos processos jornalísticos no que diz respeito à produção de conteúdo nem permitem mecanismos efetivos de avaliação da qualidade editorial.

5.3.1.1.4 - Em relação à Realização do Produto e dos Processos

Para a realização do produto e dos processos são estipulados vários requisitos nos documentos relativos à relação com a Audiência e Sociedade, conforme mencionado anteriormente. O principal documento que vincula a realização do processo a tais requisitos é o Novo Manual de

Jornalismo da EBC. Este documento reafirma o compromisso com os requisitos da audiência e da sociedade, a partir das expressões “foco no cidadão” e “foco do cidadão”, mas avança ao estabelecer um conjunto de meios para se alcançá-lo:

Seção 2 - Definição de *Valores, Objetivos e Diretrizes* [especificações de procedimentos e produto]; (Novo Manual, p.6)

Seção 3 - *Orientações Jornalísticas e Relações Estratégicas*: relação dos profissionais com o público, com as fontes e entre si/com a empresa [especificações de conduta]; (Novo Manual, p. 12-17)

Seção 4 - *Parâmetros para a prática jornalística* – apuração e reportagem, edição [especificações de produto/atividades]; (Novo Manual, p. 17-23)

Seção 5 - *Orientações para temas e situações específicas* [especificações de conteúdo]; (Novo Manual, p. 23-37)

Seção 6 - *Ética* [especificações de conduta]; (Novo Manual p. 38-39)

Trata-se, portanto, de um documento rico que, certamente, haverá de cumprir um importante papel na orientação dos processos jornalísticos da agência. Entretanto, conforme já assinalado no item Estratégias e Planos, a riqueza deste documento e de suas formulações poderiam ser desdobradas em diferentes documentos, organizando, separando e detalhando diretrizes estratégicas de diretrizes intermediárias e operacionais, por exemplo, aplicáveis à área de Jornalismo.

Grau de avaliação do Requisito Documentação sobre Realização do Produto e do Processo			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não há previsão sobre nenhum instrumento de normatização para a execução dos processos jornalísticos da ABr.	Há previsão de documentos que definem normas e parâmetros gerais de orientação editorial.	Há previsão de documentos que definem normas e parâmetros gerais de orientação editorial, assim como de normas específicas de organização, gestão do trabalho e aplicação de critérios editoriais.	Há previsão de documentos que definem normas e parâmetros gerais de orientação editorial, assim como de normas específicas de organização, gestão do trabalho e aplicação de critérios editoriais, além de prever instrumentos de avaliação sobre o grau de sua implementação.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr tem normas de orientação editorial, como o Novo Manual de Redação, mas não disponibiliza normas específicas sobre padrões de procedimentos e organização do trabalho, nem de um sistema de avaliação que avalie a correta aplicação das normas e procedimentos.

5.3.1.1.5 - Medição, análise e melhoria:

Em relação à medição, análise e melhoria, há duas referências: a Ouvidoria e o Comitê Editorial de Jornalismo. A Ouvidoria é um instrumento que age por iniciativa própria e também por provocação da audiência e da sociedade, no sentido de zelar pelo respeito aos objetivos e aos

princípios que devem reger o jornalismo da EBC²⁹. O Comitê Editorial de Jornalismo “promove ações pontuais de verificação crítica das produções jornalísticas dos seus veículos” (Novo Manual de Jornalismo, p. 43).

Embora a Ouvidoria seja um excelente instrumento para avaliação do trabalho da ABr e o Comitê Editorial possa vir a realizar também importante contribuição nesse sentido, há duas limitações possíveis de serem observadas: a) a definição de indicadores precisos de avaliação dos requisitos, monitorados de forma regular por meio de um serviço voltado a essa finalidade; b) a não referência a grupos de desenvolvimento de produtos e processos jornalísticos, dando a entender que a inovação e melhoria seja uma consequência natural do trabalho feito com seriedade. A não existência de uma equipe como sugerida em (b) pode pressupor que todo erro ou insuficiência é gerado “apenas” por eventual “falta de estrutura”, “erro humano”, “erro de equipamento”, mas não pela obsolescência dos procedimentos jornalísticos empregados, raras vezes considerados.

No Plano de Trabalho 2011, há referência à “h. Criação de um serviço de crítica diária dos conteúdos da ABr para qualificar a produção editorial” (Plano de Trabalho 2011, p. 81). Este mesmo serviço consta no Relatório de Atividades 2011, “Criação de um serviço de crítica diária dos conteúdos da ABr para qualificar a produção editorial” (Relatório de Atividades 2011, p. 15). Não há, entretanto, informações sobre seus resultados no Relatório de Atividades 2011. Além disso, o serviço não foi incorporado ao Novo Manual de Jornalismo. Foi constatado, entretanto, durante o processo de monitoramento, um serviço de controle de erros, que será objeto de consideração na análise do processo.

Grau de avaliação do Requisito Documentação sobre Medição, Análise e Melhora			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não há previsão sobre nenhum instrumento de avaliação, análise e melhoria para a execução dos processos jornalísticos da ABr.	Há previsão de instrumentos de avaliação, análise e melhoria para a execução dos processos jornalísticos da ABr, mas não estão precisamente definidos.	Há previsão de instrumentos de avaliação, análise e melhoria para a execução dos processos jornalísticos da ABr, estão precisamente definidos e calibrados.	Há previsão de instrumentos de avaliação, análise e melhoria para a execução dos processos jornalísticos da ABr, estão precisamente definidos e calibrados, além de estar também previsto um sistema interno de melhoria contínua para sanar deficiências e promover aperfeiçoamentos com regularidade.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr disponibiliza instrumentos de avaliação, como a Ouvidoria e o Comitê Editorial, mas os critérios de avaliação não são suficientemente claros nem há previsão de um sistema interno voltado à melhoria contínua. Além disso, há previsão no Plano de Trabalho de 2011 de uma ferramenta de avaliação diária, mas cujos critérios não são devidamente especificados.

²⁹ Art 20, lei 11.652/2008; Art. 32 decreto 6.689/2008; Art. 17, Regimento Interno; Novo Manual de Jornalismo, p. 14

5.3.1.2 Mapeamento dos processos

O mapeamento dos processos se deu através da observação de campo realizada pelo grupo de pesquisa do Eixo 3, no período 1/11 a 22/11/2011. Durante esse período, dois assistentes de pesquisa acompanharam e entrevistaram os profissionais em suas atividades durante determinado período do dia, guiados por um roteiro semiestruturado (Apêndice E), dedicado a identificar aspectos capazes de caracterizar o processo jornalístico da Agência Brasil. Além disso, o próprio coordenador do eixo visitou a ABr nos dias 17 e 18/11, com as mesmas finalidades acima indicadas. A análise das informações é de base qualitativa, não tendo sido levantados dados quantificáveis. Há que se destacar que as informações colhidas foram fruto de acompanhamento principalmente dos gestores (editor-chefe, chefes de reportagem e editores executivos) e de forma complementar, editores, produtores e repórteres.

A ABr tem uma equipe composta de Editor-chefe, dois editores executivos (que se dividem em dois turnos) e dois chefes de reportagem (que se dividem em dois turnos), que constitui o que chamamos de gestores, além de 10 editores e um grupo de 27 jornalistas, não considerados os profissionais das praças Rio de Janeiro (seis repórteres) e São Paulo (oito repórteres). A equipe é organizada em três editorias, Economia, Política e Social, encarregadas de produzir conteúdo para 12 rubricas: Cidadania; Economia; Educação; Justiça; Meio ambiente; Internacional; Política; Saúde; Nacional; Esporte; Cultura e Pesquisa & Inovação. A distribuição completa dos repórteres por áreas e editorias pode ser vista na Tabela 3:

Tabela 3: Distribuição de 26* repórteres por editoria e áreas de cobertura

Editoria Política		Editoria Economia/Infra-estrutura		Editoria Social	
Áreas	R	Áreas	R	Áreas	R
Câmara	2	Fazenda	2	Defesa, Polícia Federal, Anac, Trabalho	1
Comissões da Câmara e do Senado	1	Agricultura e Desenvolvimento Agrário	1	Saúde, ANS, Anvisa	1
Palácio do Planalto	2	BB, BC, Caixa e sistema financeiro	2	Educação	1
Senado	2	MIDC e Planejamento	1	Justiça e Direitos Humanos, Desenvolvimento Social	1
		Cidades, Integração Nacional, Turismo, Esporte	1	STF, STJ, TST, STM, AGU, CGU e CNJ	1
		Minas e Energia, Comunicações e Transporte, Aneel, Anatel, ANTT	1	Ciência e Tecnologia e Cultura	1
				Esporte, Geral	1
				Geral, Previdência	1
				Meio Ambiente e Pesca	1
				Geral	2
	7		8		11

* O vigésimo sétimo repórter é da editoria Internacional, excluído da relação, para detalhar a relação nas áreas locais de cobertura.

Pode-se perceber que a editoria de Política é baseada no Congresso Nacional, com cinco profissionais, e no Palácio do Planalto. A editoria de Economia tem dois profissionais dedicados somente ao Ministério da Fazenda e outros dois somente aos bancos estatais. A editoria Social tem uma distribuição dos profissionais por diversas áreas. Na Tabela 4, que apresenta a distribuição de editores por editoria, mostra que editoria tem três editores específicos além de mais dois que se dividem entre os assuntos da área econômica e social.

Tabela 4: Distribuição de editores por editoria

Editoria	Social	Economia	Soc/Eco	Política	Total
No. Editores	3	3	2	2	10

A equipe descrita acima, apoiada por profissionais das praças RJ, SP e MA, é a responsável pela produção jornalística da ABr, cujo processo de trabalho pode ser resumidamente descrito nos sete passos abaixo relacionados (o processo completo pode ser visualizado no Apêndice D):

- O dia de trabalho da ABr começa na véspera. Uma equipe de produção de pauta para todos os veículos da EBC faz o levantamento, através do acesso a sites de instituições públicas, análises de releases enviados por assessorias de imprensa, análise do Diário Oficial da União, monitoramento de outros veículos de imprensa, a fim de identificar o que está acontecendo de relevante para o jornalismo da EBC;
- Esse levantamento de véspera só é concluído na madrugada do dia de trabalho, quando um documento chamado “Agendão” é finalizado e enviado a toda equipe por e-mail. Este documento contém a relação dos acontecimentos levantada pela equipe de Brasília e das outras praças, Rio e São Paulo.
- Às nove horas, há uma reunião de pauta para todos os veículos da EBC, coordenada pela direção de jornalismo, onde são discutidas e definidas as prioridades gerais para os veículos da empresa; desta reunião, participa, entre outros, o editor-chefe da Agência Brasil;
- Às 10h, o resultado dessa reunião é analisado numa reunião de pauta da Agência Brasil, da qual participam, junto com o Editor Chefe, o editor-executivo e o chefe de reportagem da manhã; desta reunião sai o documento Prioridades da ABr para a cobertura do dia;

- Ao longo do dia de trabalho, as pautas são monitoradas e acompanhadas por editores e chefes de reportagem; além disso, um pauteiro próprio da agência levanta pautas novas a partir de eventos que surgem no decorrer do dia;
- Há dois momentos de pico no trabalho da Agência, quando ocorre o maior fluxo de material: 11h30 às 14h e 15h às 19h;
- Todo o material publicado é monitorado por um profissional, externo à equipe da agência, designado para procurar erros e orientar sua correção;

Feita a descrição inicial da equipe e do processo de trabalho, vamos agora aplicar as diretrizes e requisitos na avaliação do processo jornalístico da Agência Brasil.

Para esta avaliação, também foi estabelecida uma escala de quatro níveis, que parte do Nível 1, o menos satisfatório, até o Nível 4, o mais satisfatório. Os padrões foram sugeridos pelos pesquisadores, com base numa pesquisa anterior sobre Gestão da Produção Jornalística. Essa é sua única referência, por isso a avaliação aqui proposta deve ser vista exclusivamente com uma sugestão à EBC/ABr, que pode, por si mesma, efetuar sua autoavaliação para cada item, assim como redefinir os próprios padrões a partir de critérios que julgar mais desafiadores para o próprio trabalho.

5.3.1.2.1 Estratégias e Planos

Durante o período de acompanhamento dos processos na redação da Agência Brasil, não havia ainda um manual de produção jornalística de referência. O Manual da Radiobras (2006) era usado eventualmente, já considerado pela equipe inadequado ao novo momento da empresa. A equipe de pesquisa solicitou os “planos editoriais”, documento de planejamento editorial citado no Manual da Radiobras (p. 17, 21), mas esse instrumento de gestão não estava em uso pela equipe. Nem material de arquivo, do período em que foi usado, foi colocado à disposição.

O interesse por esse documento se devia ao fato de ser uma ferramenta de gestão já disponível no patrimônio de conhecimentos da organização e que por isso poderia ser recuperado, eventualmente, a partir de uma criteriosa avaliação de seus pontos positivos e negativos, para o novo momento da empresa. Isso, de algum modo, se concretizou com a inclusão do conceito de plano editorial no Novo Manual (p. 40), entretanto, com um grau menor de especificidade e descolado de uma política de avaliação de qualidade.

A noção de um “plano editorial” de referência, informada durante o monitoramento, não estava documentada. Havia, a partir das entrevistas realizadas, uma ideia norteadora expressa pela noção de “interesse do cidadão”, apresentada como principal diretriz ao trabalho da equipe. Não foi

identificado nenhum outro documento em uso que explicitasse, especificamente para a ABr, diretrizes editoriais, de conteúdo ou de produção jornalística (etapas de produção, objetivos por etapa, responsáveis, prazos, áreas prioritárias de cobertura, etc).

Grau de avaliação do Requisito Realização dos Processos sobre Estratégicas e Planos			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Durante os processos, não há referências às diretrizes editoriais.	Durante os processos, há referências esparsas sobre as diretrizes editoriais, com um sistema de avaliação parcial sobre o monitoramento e alcance dos resultados pretendidos.	Durante os processos, há referências sistemáticas sobre as diretrizes editoriais, com um sistema de avaliação parcial sobre o monitoramento e alcance dos resultados pretendidos.	Durante os processos, há referências sistemáticas sobre as diretrizes editoriais, com um sistema de avaliação total sobre o monitoramento e alcance dos resultados pretendidos, aplicado ao longo de todo o ciclo de produção.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr aplica de modo esparsos a diretriz editorial “interesse do cidadão”, entretanto não há uma preocupação sistemática e regular de aplicar outras diretrizes, como a relativa à políticas públicas, por exemplo; e o sistema de avaliação existente, embora muito efetivo para “gramática”, “padronização” e até “informação” (sua correção), não alcança de modo satisfatório a avaliação de diretrizes editoriais, um item compreensivelmente complexo e cujas especificações requereriam um exaustivo trabalho para seu detalhamento. Além disso, a avaliação só é feita no final do ciclo. Se avaliações editoriais fossem feitas durante o levantamento de pautas, por exemplo, a oferta de opções de cobertura poderia melhorar.

5.3.1.2.2 Audiência e Sociedade

Durante o trabalho de monitoramento, a principal referência à audiência e à sociedade foi a afirmação da diretriz editorial “interesse do cidadão” e a descrição de situações envolvendo o trabalho da ouvidoria. Outros instrumentos, como pesquisas de audiência, não foram mencionados.

Grau de avaliação do Requisito Realização dos Processos sobre foco na Audiência e Sociedade			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não são feitas referências às demandas da sociedade e da audiência	São feitas referências esparsas à demanda da sociedade e da audiência, a partir da prescrição existente em documentos normativos.	São feitas referências específicas à demanda da sociedade e da audiência, a partir de instrumentos empíricos de consulta, como pesquisas quantitativas e qualitativas.	São feitas referências específicas à demanda da sociedade e da audiência, a partir de instrumentos empíricos de consulta, como pesquisas quantitativas e qualitativas, e são avaliadas regularmente o uso que a equipe faz das demandas informadas para a adequação editorial do produto.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr aplica de modo esparsos a diretriz editorial “interesse do cidadão”, justificando o foco na sociedade e na audiência. Entretanto, não há instrumentos regulares e representativos das demandas da audiência e da sociedade nem mecanismos de avaliação sobre como as demandas da audiência e da sociedade são interpretadas pela equipe e aplicadas na realização do trabalho.

5.3.1.2.3 Informação e conhecimento

Na análise do item informação e conhecimento, o principal objetivo foi verificar o uso de ferramentas informatizadas de apoio ao processo jornalístico, isto é, verificar como os sistemas de informação são utilizados, se o são, no gerenciamento do fluxo de trabalho, de conteúdo e do conhecimento organizacional. Há basicamente três ferramentas deste tipo em uso: um sistema publicador³⁰, através do qual as matérias são disponibilizadas no site da ABr; um serviço de cliente de e-mail da empresa, chamado Zimbra, muito utilizado, que contém, entre outros recursos, um módulo de *chat*, que permite a comunicação instantânea entre os membros da equipe. Além destes sistemas, é menos comum o uso de um “calendário eletrônico”, chamado Agenda EBC, no qual são registradas datas importantes, onde a equipe de pauta busca informações também para o seu trabalho.

Em relação ao sistema de informação em uso, o sistema publicador, algumas limitações foram apontadas durante as entrevistas e outras constatadas pela equipe: tempo excessivo, às vezes, para a disponibilização do conteúdo on line; dificuldade operacional (características do sistema dificultam a realização do trabalho, como a não visualização da primeira página da Agência antes da efetiva publicação); ausência de relatórios importantes sobre o trabalho (por exemplo, o sistema não gera o número de matérias por rubrica). O sistema gera, entretanto, outros relatórios, como número de matérias por dia, entre outras informações, disponíveis, inclusive em seu site. O monitoramento de acessos é feito pelo *Google Analytics*.

A área de sistemas de informação hoje é estratégica para qualquer organização, pois está associada diretamente à gestão do conhecimento e ao apoio à tomada de decisões. Há infinitas possibilidades nesta relação para uma organização jornalística explorar ao máximo a sua capacidade de buscar, tratar, armazenar, tipificar e disponibilizar conteúdo que não é explorada na ABr. A não existência de um sistema de informação complexo destinado à organização do fluxo do processo jornalístico é um das razões que explicam algumas limitações relacionadas à execução do processo jornalístico, como a documentação de registros, a rastreabilidade e a medição de indicadores de resultados (estes itens serão desdobrados a seguir).

Grau de avaliação do Requisito Realização dos Processos sobre Informação e Conhecimento			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4

³⁰ Nome genérico dado a sistemas destinados ao gerenciamento das atividades de veiculação de notícias no suporte on line.

Há um sistema de informação em uso para gerenciar parcialmente o processo jornalístico.	Há um sistema de informação em uso para gerenciar parcialmente o fluxo do processo jornalístico, permitido documentação de registros e rastreabilidade, que disponibiliza parcialmente relatórios de desempenho.	Há um sistema de informação em uso para gerenciar todo o fluxo do processo jornalístico, permitido documentação de registros e rastreabilidade, que disponibiliza um conjunto satisfatório relatórios de desempenho, usados para dar suporte a decisões editoriais.	Há um sistema de informação em uso para gerenciar todo o fluxo do processo jornalístico, permitido documentação de registros e rastreabilidade, que disponibiliza um conjunto satisfatório relatórios de desempenho, usados para dar suporte a decisões editoriais, além de permitir interações internas (colaborações) a fim de potencializar a gestão do conhecimento organizacional.
X			

Justificativa: a EBC/ABr dispõe de um sistema publicador e outro de gerenciamento de e-mails, através do qual há muita comunicação entre a equipe. Entretanto, o sistemas em uso organizam apenas parte do processo, a edição, além de não permitir a geração de relatórios, que poderiam ser usados regularmente para dar apoio a decisões editoriais.

5.3.1.2.4 Realização do produto e dos processos

A análise da realização do produto e dos processos se dará a partir da análise a) do fluxo do processo de produção, b) do fluxo de informações no processo, c) das especificações de conteúdo, d) do registro/memória do processo e e) da rastreabilidade/memória do processo.

a) o fluxo do processo de produção: caracterização das atividades da produção da pauta até a publicação da notícia

Na análise do fluxo do processo, o objetivo é caracterizar a organização do trabalho, no que concerne à execução das etapas de sua realização ao longo do ciclo de produção. Nesse item, pode-se notar um funcionamento estável do trabalho, havendo uma sequência de ações concatenadas, que começam na véspera e continuam ao longo do dia de trabalho. Em linhas gerais, o processo atravessa as seguintes etapas: triagem (levantamento dos assuntos pela equipe de pauta, que resultará no “agendão”); pauta (definição dos temas que receberão cobertura, que resultará na lista de “prioridades”); reportagem (trabalho de apuração que resultará no original escrito pelo repórter); edição (trabalho de finalização, que resultará na matéria pronta para publicação e sua consequente veiculação); e análise de erros (trabalho de identificação de erros no site, que resultará em correções, quando necessário).

Entretanto, o processo não tem especificações, isto é, não há documentos que prescrevam os procedimentos-padrão necessários à realização do processo (documentos que especificam

atividades, responsáveis, prazos, objetivos, entre outras especificações, etc.) nem metas de resultados. A realização do processo se dá em consequência de um saber-fazer jornalístico fruto do conhecimento implícito de domínio dos profissionais. A não conversão desse conhecimento implícito em conhecimento explícito por meio de documentação (instruções ou orientações de procedimento, por exemplo), e a não incorporação de eventuais novas técnicas de trabalho comprometem a consolidação de um saber organizacional sobre o processo, que transcenda os saberes individuais. Tal situação cria dificuldades tanto para a formação de novos quadros – que serão “socializados” na redação a partir apenas da convivência que estabelecerem com os membros mais antigos³¹ – quanto para a difusão e consolidação junto o conjunto dos profissionais do modo de fazer jornalismo da Agência Brasil. Além disso, não evidencia os parâmetros de forma clara para a avaliação de desempenho organizacional.

Na análise do fluxo do processo, são identificados três momentos decisivos:

- a consolidação do “agendão” (relação de assuntos levantados como sugestão de pauta para o dia), na madrugada do dia de trabalho, fruto do trabalho da véspera no levantamento dos assuntos;

- a reunião das 9h, coordenada pela direção do jornalismo, da qual participam as equipes de TV, Rádio e Agência, quando se definem as prioridades (temas que deverão receber atenção imediata) para os veículos da empresa (há que se destacar que esta reunião toma como base o “agendão”, mas não necessariamente o incorpora em sua totalidade; como se diz dentro da equipe, o “agendão” oferece um menu de acontecimentos e de sua relevância, mas cabe aos participantes da reunião selecionar, hierarquizar, recusar ou acrescentar novos conteúdos);

- a reunião das 10h, dirigida pelo editor-chefe da ABr, quando ocorre a definição das prioridades de cobertura para o dia da agência;

Esses momentos são considerados decisivos por duas razões: 1) representam o “planejamento” de agenda da EBC/ABr, isto é, a seleção de temas que são pesquisados, analisados e em consequência selecionados para cobertura, em contraposição a outros momentos, ao longo do dia, em que a cobertura é “movida” pelo calor dos acontecimentos; 2) são momentos de decisão editorial, isto é, quando os “portões da agência”, numa alusão à teoria do *gatekeeper*, se abrem para alguns assuntos e se fecham para outros, definindo os temas que terão lugar na agenda pública através a EBC/ABr;

Um ponto que merece registro é o de que o trabalho de triagem que irá resultar no agendão é feito essencialmente no ciclo de 24 h, destinado à cobertura para o dia seguinte. Em outras

31 Nesta trabalho, Warren Breed (1993) destaca como os funcionários novatos apreendem os padrões editoriais na convivência com os funcionários mais antigos.

palavras, não são produzidas com frequência sugestões que envolvam tempos mais elásticos tanto para a sua sistematização na forma de pauta quando para sua apuração na forma de reportagem. E isso se deve, em boa medida, a um valor-notícia que pareceu muito presente no trabalho jornalístico da agência: o factual. A análise do factual como valor notícia assim como a análise desses três momentos decisivos será retomada em outros itens adiante.

b) Fluxo de informações: análise da origem das informações

Na análise do fluxo de informações, procurou-se identificar de onde partem as informações que entram para serem processadas jornalisticamente pela agência. Essa questão tem importância pois a rede de instituições que gera o conteúdo inicial triado pelas equipes de pauta ou mesmo pelos repórteres setoristas será determinante, em grande medida, para o delineamento da agenda a ser trabalhada pela ABr.

Dentre as principais origens das informações triadas pela equipe de pauta estão: sites oficiais (executivo, legislativo, judiciário e outros); e-mails/releases; Diário Oficial; outros veículos da imprensa; agenda da EBC; contato com assessorias para confirmar/complementar informação; agências de notícias; acompanhamento Rádio e TV/EBC para derivar pauta. Há certamente um leque de locais de busca da matéria-prima para o jornalismo da EBC e conseqüentemente da ABr. Entretanto, algumas ponderações devem ser feitas:

O uso de sites oficiais, muitas vezes, a parte “noticiosa” desses sites, e releases gera a produção de um conteúdo de divulgação que é do interesse da fonte. Assuntos, sobretudo, relativos a políticas públicas, que não estejam sendo implementadas de forma satisfatória, por exemplo, dificilmente serão conhecidas pela equipe por meio desse canal. Além disso, fontes ligadas à sociedade civil, cujas estruturas de divulgação são menores, certamente serão muito pouco acionadas, em virtude de sua capacidade infinitamente menor de gerar divulgação e “eventos” como as instituições oficiais. Aliás, as instituições oficiais usam como estratégia de divulgação justamente a promoção de entrevistas coletivas, seminários, etc, para divulgar anúncios ou resultados de ações promovidas por elas, com a presença de autoridades, e isso gera um “atrativo jornalístico” muito valorizado pela Agência Brasil, a “presença do ministro” no evento. A análise deste “atrativo” será retomada adiante, através da análise dos critérios de relevância.

O monitoramento de agências de notícias e outros veículos da imprensa, certamente é necessário para manter uma visão panorâmica do que está na agenda midiática. Entretanto, isso provoca o risco de “expectativas recíprocas”³²(Wolf, 1992), a ABr pode se sentir provocada para

32 Trata da seleção de uma notícia por um veículo na expectativa de que o veículo concorrente irá fazer o mesmo. “As expectativas recíprocas transformam-se num laço comum: desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objeções por parte dos níveis hierárquicos superiores, o que, por sua vez, contribui para a semelhança

cobrir certos assuntos porque os outros veículos estariam dando atenção a eles. Corre-se assim o risco de que a cobertura da agência não se diferencie significativamente da agenda comum da imprensa comercial.

Alguns locais têm cobertura diária regular pela ABr. São dois repórteres nos bancos estatais, dois no Ministério da Fazenda; cinco no Congresso Nacional, sendo dois para o Senado, dois para a Câmara e um para comissões; dois para a Presidência da República e dois para o Superior Tribunal Federal. A cobertura dessas instituições é comum em outros veículos da imprensa e certamente é relevante. A ponderação a ser feita é no sentido de avaliar uma possível relação “custo/benefício” de tal cobertura regular *versus* o resultado concreto das matérias geradas, quando se considera o objetivo de cobrir políticas públicas e debates temáticos, questões secundarizadas no noticiário da agência. Isso também acontece pelo peso do “factual” como critério jornalístico de seleção dos fatos.

c) as especificações de conteúdo: identificação dos critérios de relevância, de segurança da informação, operacionais e editoriais usados na seleção do conteúdo.

Nesta análise, a equipe acompanhou e entrevistou os profissionais para identificar os critérios empregados para a seleção e hierarquização dos fatos tratados pela equipe.

Na avaliação de relevância, duas situações foram constatadas. A primeira, a dificuldade de sistematização e explicitação dos critérios utilizados para a avaliação de relevância. Como respostas para essas questões, eram usadas expressões como “faro jornalístico” e “experiência”. As decisões tomadas por meio desses mecanismos são tipificadas como “heurísticas”, “estratégias simplificadoras” para a resolução de problemas, que podem por um lado simplificar o processo decisório, mas por outro “pode gerar erros sistemáticos por causa dos vieses cognitivos derivados deste modelo simplificador” (Rodrigues e Musso, 2011, p. 80).

Isso não significa, entretanto, que os profissionais façam seu trabalho de forma aleatória ou sem profissionalismo. Mas, os critérios tornaram-se tão incorporados que sua aplicação é imediata, dificultando uma racionalização sobre eles durante o processo e sua respectiva explicitação em eventuais justificativas. Tal dificuldade - sobretudo pela ausência de registros dessa natureza nos processos jornalísticos, fruto de uma cultura organizacional e profissional ora indiferente ora avessa a mecanismos de controle e aferição - torna-se uma barreira para a obtenção de transparência editorial, através da qual os critérios de decisão pudessem ser clara e objetivamente apresentados e submetidos ao crivo da sociedade.

Apesar de ter havido dificuldades para expressão desses critérios em algumas situações, das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes”(Gans apud Wolf, 1992, p. 190).

em outras houve maior grau de explicitação, tendo sido apontados os seguintes: “decisão”, “corrupção”, “novidade”, “impacto”, “pluralidade”, “furo”, “acompanhamento”, “factual”, “atos do governo”, “foco nacional”, “ineditismo”, “apelo”, “autoridade”, etc. Tais critérios são clássicos no jornalismo. Fazem parte de inúmeros manuais técnicos e por isso estão significativamente incorporados à cultura profissional dos jornalistas. Disso resulta o ponto que merece ser objeto de reflexão aqui: o poder de justificação dos critérios de relevância apresentados não aponta para a especificidade de conteúdo da ABr, mas para critérios compartilhados em grande parte com qualquer outro veículo de imprensa. O desafio que se apresenta para a organização é o desenvolvimento de um modo de aplicação desses valores-notícia, ajustados ao projeto editorial da EBC/ABr, a fim de se alcançar a originalidade e distinção necessárias à agência em relação aos demais veículos.

Um terceiro aspecto a ser analisado é uma derivação do segundo. Trata-se de esclarecer as referências feitas, anteriormente, aos valores-notícia “factual” e proeminência. Esses dois valores-notícia, embora não tenham sido quantificados, se mostraram muito presentes durante o acompanhamento do processo jornalístico da EBC. O “factual” é uma marca característica dos eventos que têm “prazo de validade”, isto é, que a data e horário em que ocorrem são fundamentais para sua valoração jornalística. Os eventos e coletivas, de certa forma, enquadram-se nesta categoria. A proeminência foi muito aplicada – não exatamente com este termo, mas com referência à “autoridade”, “ministro” – para justificar coberturas com a presença de ministros. Se o ministro estiver no evento, justifica-se a cobertura, pois a reportagem poderá solicitar dele opinião inclusive sobre outros assuntos do interesse da agência. O destaque na menção desses dois valores notícia é que, quando sobrevalorizados, tendem a não abrir espaço para matérias com ênfase temática, mais apropriada para exploração do assunto “políticas públicas” e à promoção do “debate de temas e assuntos de interesse nacional”, previstos nos documentos de referência da empresa.

Esses três aspectos relativos à avaliação de relevância estão fortemente associados a outro conjunto de critérios objeto de análise: os critérios de orientação editorial. Por critérios de orientação editorial entende-se a afirmação de diretrizes de conteúdo que norteiam a cobertura jornalística da EBC/ABr e, em consequência, dão perfil e identidade ao conteúdo produzido pela empresa. Apesar de haver referenciais em documentos, como a lei que cria a EBC, o seu Estatuto e o seu Regimento, a ausência de um manual em uso à época da observação certamente pode ter influenciado no resultado aqui expresso: não houve menções consistentes, claras, objetivas e documentadas relativas ao projeto editorial da EBC/ABr. Houve referências genéricas ao “interesse do cidadão”, mas que não estavam expressas, de forma nítida, no contexto de um projeto editorial e incorporado ao trabalho da equipe.

Em relação ao critério de viabilidade de cobertura, o objetivo era avaliar como as circunstâncias de operação (distribuição de equipe, número de pessoal e recursos disponíveis, entre outros fatores possíveis) poderiam potencializar ou comprometer a realização de cobertura. Nesse caso, duas foram as limitações apresentadas: o número de profissionais da equipe (havia uma expectativa de melhoria nesse caso em virtude de concurso público previsto) e a diminuição da disponibilidade de recursos para passagens e estadas (o que dificultava a cobertura de assuntos fora da área da base e da sucursais).

A forma como a ABr distribui sua equipe, principalmente, em relação aos setores institucionais é um aspecto importante neste ponto. A cobertura setorizada representa, além de uma opção editorial, uma decisão operacional baseada na eficiência. O setorista, como mantém uma proximidade física com as fontes, têm condições de gerar uma boa quantidade de material noticioso. E aqui reaparece a questão da relação “custo/benefício” já apresentada anteriormente. Será que a estratégia de cobertura setorizada está adequadamente calibrada às pretensões editoriais da EBC/ABr? Os resultados da Análise de Conteúdo mostram que certas rubricas, como Economia, têm uma presença significativamente maior do que outras, do que decorre a possibilidade de um desequilíbrio na abordagem dos assuntos provocada, em alguma medida, pela estratégia de setorialização da cobertura (ver Tabelas 11 e 12).

Em relação ao critério de segurança da informação, não foi possível extrair informações suficientes capazes de gerar uma avaliação com o mesmo nível de consistência das demais. Alguns mecanismos foram identificados, como a checagem das informações provenientes de e-mails e releases junto às fontes e a credibilidade da fonte de informação. Mas, dado ao pouco tratamento dessas questões, o mais prudente é indicar que estudos específicos, adiante, se aprofundem neste aspecto.

A análise das especificações de conteúdo, sobretudo a partir dos critérios de relevância e editoriais, revela duas situações que merecem análise por parte da EBC/ABr: 1) não há, ou não é frequente, no regime de produção da agência, situações nas quais os profissionais sejam solicitados a convencer, justificar ou criticar decisões com base em critérios de relevância ou editoriais, em função do que não são estimulados a trazer tais critérios, internalizados, para um crivo racionalizado e explicitado do processo; 2) a não explicitação dos critérios de decisão impede uma avaliação de como esses critérios têm sido usados e com que frequência, diminuindo a possibilidade de autoconhecimento da organização e conseqüentemente de auto-avaliação de seu trabalho, assim como da avaliação também por parte de terceiros.

d) registros / memória

Na análise do item registro, o objetivo era avaliar como as atividades e decisões ocorridas ao longo do processo geram documentação de que haviam sido, e como, efetivamente realizadas. Um registro é um tipo específico de documento que apresenta resultados obtidos ou fornece evidências de atividades realizadas. Há assim uma constatação de que várias atividades são registradas, tais como versão preliminar do “agendão” feita pela equipe de pauta, que será continuada até que seja elaborada a versão consolidada do “agendão”; a relação prioridades da ABr, fruto da reunião das 10h; as mensagens eletrônicas trocadas entre membros da equipe sobre o trabalho a ser realizado ficam potencialmente arquivadas nos e-mails dos envolvidos; as matérias originais produzidas pelo repórter em arquivo *word* em suas respectivas máquinas; as mensagens trocadas por *chats*, entre outros registros de atividades encontrados.

Embora esses registros existam, não há uma política estabelecida para sua documentação e guarda. Por exemplo, a matéria original do repórter, em arquivo *word*, pode ser preservada se ele assim o desejar. Caso não, pode deletá-la. Não há, portanto, controle sobre os registros produzidos ao longo do processo. A falta de controle pode comprometer a memória da organização assim como a rastreabilidade, a ser tratada no próximo item. E mais, pode inviabilizar a implantação de uma política de gestão da qualidade, haja vista que impossibilita o acesso a dados que poderiam ser analisados a fim de se detectar problemas para posterior ação corretiva.

Apesar de várias atividades serem registradas, embora sem o devido controle, atividades de significativa importância, como os momentos de tomada de decisão, são parcialmente documentadas. Não se sabe como um membro da equipe de pauta ou como os membros que participam da reunião das 9h e da reunião das 10h avaliam a relevância e a adequação editorial que resultam de suas decisões. Dessas atividades, saem produtos (o agendão e as listas de prioridades), mas os critérios que levaram determinados itens a serem prioridade e outros não, por exemplo, ficam sem registro. Sem registro desses critérios, torna-se impossível avaliar se os processos decisórios e por extensão se os decisores estão adequadamente considerando os critérios de relevância jornalística e as diretrizes editoriais da EBC/ABr. Ao não registrar os momentos de decisão, não se explicita o raciocínio realizado para a consolidação da decisão que será essencial para o conteúdo editorial dos veículos da EBC e da agência.

A precariedade no trato dos registros operacionais do processo gera como consequência o risco iminente de perda da memória do trabalho produzido. E tão grave quanto, faz a organização abrir mão de dados e informações importantes do ponto de vista estratégico para a gestão do conhecimento organizacional, para a implementação de processos de avaliação e para a tomada de decisão baseada em dados.

e) rastreabilidade / memória

Na avaliação de rastreabilidade, o objetivo foi avaliar a capacidade de recuperar o histórico, a aplicação ou a localização daquilo que está sendo considerado. Não há um setor responsável, por exemplo, como uma secretaria de redação, encarregada de reunir ou gerenciar o conjunto de registros gerados ao longo do processo. Assim, o agendão consolidado fica arquivado na pasta do profissional encarregado de finalizá-lo, e disponível no arquivo de e-mails para quem ele foi enviado. Se alguém precisar obter esse documento, vai depender do profissional responsável pela sua consolidação ou de alguém que o tenha disponível em sua caixa de e-mail. E isso vale para o conjunto dos registros gerados pelos processos jornalísticos da ABR.

A rastreabilidade se mostra assim como um dos principais desafios da agência: desenvolver um sistema de organização e memória dos registros, capazes de tornar a rastreabilidade possível. Nesse ponto fica bastante clara a falta de um sistema informatizado para a gestão dos processos jornalísticos: o não uso regular de sistemas de informação para a gestão dos processos jornalísticos, do conteúdo e do conhecimento organizacional pode apontar para uma séria falta de visão estratégica desses recursos na qualificação do conteúdo. Não se está a falar nem de convergência, nem de multi-plataformas, nem de integração, mas de ferramentas operadas para a) a gestão do fluxo do trabalho, b) a gestão do fluxo de informações, c) o registro dos processos decisórios e d) investigação e monitoramento de conteúdos originais, no que diz respeito à melhoria das informações. E não meramente de melhorar o tráfego ou a disponibilização do conteúdo em vários formatos.

Grau de avaliação do Requisito Realização dos Processos relativo à Realização do Produto			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
O processo atende a pelo menos um dos requisitos abaixo: 1) Fluxo de trabalho adequado; 2) processo de captura aberto à diversidade de fontes e equilibrado entre postura receptiva e ativa na busca de pautas; 3) Especificações de conteúdo detalhadas relativos à critérios editoriais, segurança da informação, relevância e ética; 4) Registros	O processo atende, parcialmente, a pelo menos três requisitos abaixo: 1) Fluxo de trabalho adequado; 2) processo de captura aberto à diversidade de fontes e equilibrado entre postura receptiva e ativa na busca de pautas; 3) Especificações de conteúdo detalhadas relativos à critérios editoriais, segurança da informação, relevância e ética;	O processo atende a pelo menos três dos requisitos abaixo de modo satisfatório: 1) Fluxo de trabalho adequado; 2) processo de captura aberto à diversidade de fontes e equilibrado entre postura receptiva e ativa na busca de pautas; 3) Especificações de conteúdo detalhadas relativos à critérios editoriais, segurança da informação, relevância e ética;	O processo atende a todos os requisitos abaixo de modo satisfatório: 1) Fluxo de trabalho adequado; 2) processo de captura aberto à diversidade de fontes e equilibrado entre postura receptiva e ativa na busca de pautas; 3) Especificações de conteúdo detalhadas relativos à critérios editoriais, segurança da informação, relevância e ética;

preservados das atividades executadas e 5) rastreabilidade.	4) Registros preservados das atividades executadas e 5) rastreabilidade.	4) Registros preservados das atividades executadas e 5) rastreabilidade.	4) Registros preservados das atividades executadas e 5) rastreabilidade.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr dispõe de um fluxo de trabalho adequado, embora ele comprometa a produção de reportagens mais aprofundadas e diversificadas; a captura de matérias é predominantemente de aspectos factuais, com forte ênfase nas instituições oficiais; as especificações editoriais não são detalhadas para dar precisão aos critérios de decisão editorial; os registros existem parcialmente, mas não são adequadamente preservados o que compromete inclusive a rastreabilidade.

5.3.1.2.5 Medição, análise e melhoria

Durante o período de observação realizado na redação da Agência Brasil, não foi mencionado o “serviço de crítica diária dos conteúdos da ABr para qualificar a produção editorial”, citado no Plano de Trabalho e no Relatório de Atividades 2011. Mas, foi efetivamente constatado um serviço de busca e correção de erros, que gera um relatório diário no qual se analisam quatro itens: gramática, padronização, informação e inadequação/desnecessidade. Esse relatório registra o erro, sugere a correção e informa o possível responsável. Desses dados, são geradas estatísticas que permitem ao gestor ter uma visão dos principais problemas que afetam a sua produção, a partir dos critérios considerados. Por exemplo, em entrevista ao profissional responsável, foi informado que o percentual de erros da ABr caiu de 20% para uma margem entre 9% e 11% nos últimos três anos. O trabalho é realizado por uma única pessoa, externa à equipe de redação, mas com ela em permanente contato.

Não foram obtidas informações de como esses resultados da avaliação são usados do ponto de vista estratégico. Mas, o serviço gera informações documentadas e rastreáveis que permitem análises ampliadas sobre os vários tipos de erros e sua frequência no conteúdo da agência. Do ponto de vista operacional, além de indicar a ocorrência do erro e de sua correção, o sistema aponta os responsáveis que, quando excedem o limite do aceitável, são chamados à chefia para serem alertados sobre os erros e apresentarem justificativas. Inaceitável, no caso, seriam erros frequentes e repetitivos.

Esse trabalho de avaliação é importante e pode ser o embrião para um sistema mais complexo de avaliação dos processos e produtos da Abr. Um sistema de avaliação mais complexo, entretanto, não deve basear-se apenas na identificação de erros. A detecção dos erros em si não necessariamente resulta na análise dos objetivos de qualidade pretendidos, ao não avaliar de modo preciso a adequação do produto aos requisitos especificados. Por isso, a avaliação deve ter como

foco a caracterização do produto, em seu conjunto de componentes, sobretudo, aqueles ligados aos requisitos do interesse público. Trata-se de avaliar o desempenho da organização em atingir os requisitos de qualidade, em primeiro lugar. E, nesse contexto, a detecção dos erros se torna parte de uma avaliação, mas não a avaliação por completo.

Grau de avaliação do Requisito Realização dos Processos sobre Medição, análise e melhoria			
NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4
Não existe nenhum mecanismo de medição, análise e melhoria.	Existe um processo de medição, análise e melhoria em vigência, com critérios parcialmente precisos, porém, sua ênfase é corretiva e não está vinculado a uma concepção estratégica de produção editorial.	Existe um processo de medição, análise e melhoria em vigência, com critérios precisos e difundidos, que contém uma ênfase preventiva (monitoramento ao longo do processo para evitar a materialização do erro) e corretiva, vinculado a uma concepção estratégica de produção editorial.	Existe um processo de medição, análise e melhoria em vigência, com critérios precisos e difundidos, que contém uma ênfase preventiva (monitoramento ao longo do processo para evitar a materialização do erro) e corretiva, vinculado a uma concepção estratégica de produção editorial. Os resultados dessa avaliação são usados no processo de melhoria contínua da organização.
	X		

Justificativa: a EBC/ABr dispõe de um sistema de avaliação interno em operação, mas ele é parcial, não alcançando com precisão a avaliação das diretrizes editoriais, nem está vinculado a uma ação organizacional de melhoria contínua.

5.3.1.3 Análise de conteúdo

A Análise de Conteúdo (Bardin, 1970) apresentada a seguir busca estabelecer uma comparação simples entre requisitos de qualidade pretendidos pela EBC/ABr com o resultado efetivamente obtido, isto é, as matérias publicadas. Esta análise não pretende ser exaustiva, mas apenas ilustrativa em relação à sistemática da avaliação de qualidade dentro de uma perspectiva estratégica: a necessidade de se levar em conta a articulação entre os objetivos pretendidos, os meios empregados para se obtê-los e os resultados efetivamente alcançados. Assim, os objetivos – alcançar os requisitos, por exemplo – serão confrontados com os resultados – as notícias publicadas – e com a operação jornalística que produziu aquelas notícias – os processos.

Foram selecionados três requisitos que representam, de forma abrangente, as pretensões jornalísticas da EBC/ABr. Eles foram serão extraídos do Regimento Interno, especificamente, do Art. 31, incisos III, IV e V, que trata das competências da Diretoria de Jornalismo:

III–tratar as políticas públicas de interesse da população na programação jornalística dos veículos públicos da EBC, debatendo-as e esclarecendo-as, contribuindo para ampliar o acesso à informação e a formação crítica do cidadão;

IV–promover o debate de temas e assuntos de interesse nacional, observando o grau de pluralidade política, social e ideológica da sociedade brasileira;

V - propor a adoção de novas técnicas e tecnologias com vistas ao aumento da qualidade e da **diversidade dos conteúdos jornalísticos**, observadas as diretrizes da Secretaria-Executiva sobre tecnologia da informação e da comunicação e da Diretoria-Geral sobre convergência tecnológica e novas mídias;

Do exposto, pode-se então destacar os seguintes requisitos para o noticiário da EBC/ABr:

- . **a cobertura de políticas públicas** de interesse da população, a partir da oferta de debates e de informação: requer que o noticiário de conta de assuntos relativos a políticas públicas;
- . **pluralidade** política, social e ideológica da sociedade brasileira na cobertura dos temas de interesse público [por consequência, das políticas públicas]: requer que o noticiário de conta de uma visão plural, com pontos de vista múltiplos sobre pontos em pauta;
- . **diversidade dos conteúdos jornalísticos**³³: requer que o conteúdo apresente variedade e equilíbrio relativo dos assuntos em pauta. Por “equilíbrio relativo” deve-se entender a justificada predominância de certos assuntos sobre outros, motivada por razões conjunturais, por exemplo.

Foram realizadas duas análises de conteúdo para investigar a adequação do conteúdo aos requisitos aqui considerados. A primeira análise vai gerar resultados que permitem uma avaliação sobre o indicador “diversidade de conteúdos”. A ideia é gerar uma visão inicial sobre a amplitude de temas que recebem a cobertura da ABr e estabelecer relações com a forma como o processo jornalístico está montado e é operando.

A segunda vai permitir uma análise pontual sobre a cobertura de três importantes temas a partir dos requisitos “políticas públicas” e “pluralidade”. Escolheu-se quatro temas que, durante o ano de 2011, mobilizaram importantes setores da sociedade brasileira para discutir e propor políticas públicas em áreas extremamente relevantes no país. Vai se apresentar um breve levantamento sobre a cobertura a partir da ênfase dada aos temas e à pluralidade alcançada. Tal análise será relacionada então ao modo como o processo jornalístico está montado e operando.

5.3.1.3.1 Análise de Conteúdo para verificação do Indicador “Diversidade”

Esta Análise de Conteúdo foi realizada em duas semanas do mês de novembro de 2011. O objetivo de analisar o mês de novembro foi para coincidir com o período de observação dos processos e extrair prováveis relações entre os dados obtidos pelas duas metodologias empregadas.

33 Embora o inciso pareça sugerir uma diversidade “material”, isto é, de produto tecnológico, a diversidade pode ser presumida igualmente para o conteúdo, isto é, as informações acerca da realidade oferecidas ao público devem ser diversificadas, abrangendo uma variedade de assuntos.

Em virtude de dois períodos de feriado em novembro, houve a decisão de excluir as semanas nas quais estavam os feriados e ficar com as duas semanas nas quais o trabalho mais se aproximaria da situação regular de trabalho da agência. Assim, o período de análise foi: 06/11 a 12/11 e 20/11 a 26/11 de 2011.

Para a definição do universo dos dados da pesquisa foi adotado o seguinte procedimento, além do recorte temporal: as matérias da rubrica “internacional” foram excluídas, pois o objetivo era analisar principalmente o conteúdo proveniente da rotina de apuração local da Agência Brasil. A produção do conteúdo Internacional é realizada por um profissional sediado na redação, que processa material proveniente de agências de notícia, e a publicação de conteúdo integral de agências internacionais. Além desse recorte, em virtude de problemas operacionais, houve a perda de 22 matérias que não foram analisadas. Assim, do total de 868 matérias publicadas pela ABr no período, foram excluídas 130 da rubrica Internacional, 22 por perda e duas de artigos do ouvidor publicados no espaço de notícias. Esses dados detalhados podem ser visualizados na Tabela 5. Restaram então 714 matérias que constituíram o universo de pesquisa.

Tabela 5: Demonstrativo de matérias disponíveis e definição do recorte do universo analisado

Data	Total matérias Agência Brasil	Total Rubrica Internacional	Total válido pesquisa
06/11	26	2	24
07/11	77	11	66
08/11	97	14	83
09/11	88	11	77
10/11	72	8	64
11/11	61	14	47
12/11	21	7	14
20/11	24	7	17
21/11	71	13	58
22/11	82	8	74
23/11	91	11	80
24/11	72	14	58
25/11	68	8	60
26/11	18	2	16
TOTAL	868	130	738
Publicações do ouvidor na seção de notícias			2
Total parcial			736
Matérias perdidas			22
Total universo pesquisado			714

Todas as matérias publicadas pela ABr no período coletado para a pesquisa foram

avaliadas com base em duas unidades de análise: a rubrica e a retranca. Por rubrica, entende-se uma terminologia que especifica um assunto. A ABr utiliza 12 para categorizar seus conteúdos: 1) Cidadania, 2) Economia, 3) Educação, 4) Justiça, 5) Meio ambiente, 6) Política, 7) Saúde, 8) Nacional, 9) Esporte, 10) Cultura, 11) Pesquisa & Inovação e 12) Internacional (excluída). A Agência Brasil, às vezes, aplica mais de uma rubrica a suas matérias. A pesquisa, entretanto, aplicou apenas uma rubrica por matéria, em virtude da configuração do sistema de análise³⁴ utilizado. Quando diante de uma matéria com duas rubricas, a equipe procurava avaliar qual temática era a mais ligada ao assunto ou optava por inserir a rubrica que tinha menor número de inserções, a fim de caracterizar a diversidade de abordagens existente.

Na Tabela 6, pode-se verificar a distribuição do conteúdo por rubrica. Para analisar o requisito “diversidade de conteúdos”, vai se usar dois indicadores:

- Número de Matérias por Rubrica

- Número de Matérias por Retranca

Em ambos os casos, não será definido um padrão rígido de referência para esses indicadores a partir do qual se pudesse estabelecer com precisão qual o nível de qualidade da cobertura em função do que vamos chamar “equilíbrio relativo”, quando alguns assuntos têm de fato maior relevância do que outros, num determinado contexto. Um sistema de pesos aplicado ao cálculo desses indicadores poderia resolver isso, num estudo mais aprofundado e específico, o que não é o caso aqui. Por isso, para fins de delimitação de um padrão de referência, vai se adotar um critério de simples aplicação, que tem antes de tudo uma função ilustrativa sobre o perfil de cobertura e, apenas secundariamente, sugerir possíveis desconformidades entre o noticiário produzido e o requisito “diversidade de conteúdo” pretendido. O objetivo é deixar clara a sistemática de aplicação do método para a avaliação de qualidade desta orientação editorial.

Nesse sentido, os padrões serão assim expressos:

Padrões do Indicador Número de Matérias por Rubrica

- Padrão de Posição Global (PPG) - Rubrica: nenhuma rubrica pode conter mais do que 20% do total de matérias produzidas no período de análise considerado;

- Padrão de Posição Relativa (PPR) - Rubrica: a partir do ranking sobre a quantidade de matérias por rubrica, a diferença máxima entre uma rubrica e outra imediatamente vizinha no ranking não pode ser superior a cinco pontos percentuais.

Padrões do Indicador Número de Matérias por Retranca

- Padrão de Posição Global (PPG) - Retranca: nenhuma retranca pode conter mais do

³⁴ Trata-se de um software desenvolvido pela própria equipe, dentro de um projeto de Gestão da Produção Jornalística, concluído em março/2012, com financiamento do CNPq.

que 2% do total de matérias produzidas no período de análise considerado;

- **Padrão de Posição Relativa (PPR) - Retranca:** nenhuma retranca pode conter mais do que 5 % do total de matérias produzidas no período de análise considerado dentro da rubrica a qual pertence;

A análise será iniciada a partir da tabela 6, na qual conta o número de matérias por rubrica.

Tabela 6: Total de matérias dividido por rubrica

1. Economia	192	26,89%
2. Nacional	158	22,13%
3. Política	98	13,73%
4. Meio Ambiente	61	8,54%
5. Justiça	60	8,4%
6. Saúde	51	7,14%
7. Cidadania	31	4,34%
8. Educação	27	3,78%
9. Cultura	15	2,1%
10. Esporte	12	1,68%
11. Pesquisa e Inovação	9	1,26%
Total	714	100%

É notável que a rubrica Economia corresponda, sozinha, a mais de 1/4 de todo o material publicado no período. As três rubricas mais usadas, do total de 11, somam 62,75%. Há, portanto, uma concentração significativa nesse grupo de conteúdos. Ao se aplicar os padrões definidos para este item, o resultado seria assim expresso:

- **Padrão de Posição Global (PPG) - Rubrica:** nenhuma rubrica pode conter mais do que 20% do total de matérias produzidas no período de análise considerado:

Em relação ao **PPG-Rubrica**, duas rubricas ultrapassam o máximo aceitável por grupo de conteúdo, portanto, estariam em **desconformidade** com o padrão “diversidade de conteúdo”, pois sugerem uma concentração de matérias nas rubricas Economia e Nacional.

- **Padrão de Posição Relativa (PPR) - Rubrica:** a partir do ranking sobre a quantidade de matérias por rubrica, a diferença máxima entre uma rubrica e outra imediatamente vizinha no ranking não pode ser superior a cinco pontos percentuais:

Em relação ao **PPR-Rubrica**, há **desconformidade** entre as posições 2 (Nacional) e 3 (Política) e 3 (Política) e 4 (Meio Ambiente). Nas demais, a variação se encontra dentro da margem de conformidade.

Numa análise menos formal da questão, a qualidade pode ser problematizada a partir de algumas perguntas: a distribuição do conteúdo revelada pelo indicador “número de matérias por rubrica” representa adequação ao projeto editorial pretendido pela EBC/ABr? A discrepância entre

os números sugere algum descompasso? Será que a relação do número de matérias da rubrica Economia com os números das rubricas Educação e Saúde respeita a relação de relevância entre essas áreas na atual conjuntura do país? Essas perguntas lançam provocações em relação ao padrão pretendido pela EBC/ABr.

Por retranca, tradicionalmente, entende-se a expressão que caracteriza uma matéria. A pesquisa ampliou ligeiramente este conceito, para caracterizar, além de uma matéria relacionada a um fato, um conjunto possível de matérias com ligação ao fato originário ou à natureza do fato originário. Assim, há a retranca “Vazamento Bacia de Campos”, para caracterizar todos os fatos relacionados ao episódio, e a retranca “Indicadores Econômicos”, para indicar todas as matérias que tratam de indicadores da economia. O objetivo em utilizar as retrancas desse modo, com uma função “categorizadora”, era justamente avaliar a exposição continuada ou não de assuntos ao longo do período, ao mesmo tempo em que cria um vínculo conceitual ou empírico entre as notícias.

As 714 matérias foram reunidas em 223 retrancas. A Tabela 7 agrupa as dez retrancas mais frequentes, cujos percentuais partem da ordem dos 2%. Juntas, as dez retrancas totalizam 210 matérias, 29,4% do total. Pelo menos seis dessas retrancas têm perfil altamente conjuntural, isto é, um momento as elevou a tais patamares de destaque. Nesse caso, enquadram-se nitidamente “Vazamento Bacia de Campos”, “Crise nos Ministérios” (situação do ex-ministro Luppini), “DRU”, “Operação Policial Favela Rio”, “Lei da Ficha Limpa” e “PM na USP”. Outras, entretanto, apontam para coberturas que podem ser de rotina, como “Indicadores Econômicos”, “Índices Econômicos” e “Crédito, Endividamento e Inadimplência do Consumidor”, todas fortemente baseadas em dados estatísticos divulgados mensal e até semanalmente por instituições classistas e de pesquisa.

Tabela 7: Retrancas com destaque - % superior (ou próximo de) a 2% do total de matérias (714)

Retrancas	Número	%
Vazamento Bacia de Campos	35	4,9%
Crise Ministérios	32	4,48%
DRU	26	3,64%
Copa do Mundo 2014	23	3,22%
Lei da Ficha Limpa	17	2,38%
Índices Econômicos	17	2,38%
Operação policial favela Rio	16	2,24%
Indicadores Econômicos	16	2,24%
PM na USP	14	1,96%
Crédito, Endividamento e inadimplência do consumidor	14	1,96%
Total desse recorte	210	29,4

A partir dos dados da tabela 7, é possível portanto avaliar o requisito “diversidade de conteúdo” a partir do padrão PPG relativo ao Indicador Número de Matérias por Retranca:

- **Padrão de Posição Global (PPG) – Retranca:** nenhuma retranca pode conter mais do que 2% do total de matérias produzidas no período de análise considerado:

Em relação ao **PPG - Retranca**, oito retrancas estão em **desconformidade**, acima do limite estipulado, das quais, duas têm uma frequência maior que o dobro do limite; duas das dez retrancas listadas na tabela, embora abaixo do limite, estão muito próximas.

A partir então da análise das rubricas e retrancas, pode-se refinar a observação do indicador “retranca por rubrica”. As tabelas 8, 9, 10, 11 e 12 a seguir fornecem dados sobre as rubricas Economia, Política, Nacional, Educação e Saúde, respectivamente.

Em Economia, percebe-se que as 12 retrancas listadas correspondem a 56,74% do conteúdo distribuído em 68 retrancas identificadas (192 matérias no total). E todas essas retrancas são fortemente baseadas na divulgação de dados estatísticos, à exceção de “Crise Econômica Mundial Brasil”, que trata da repercussão da crise econômica mundial no país, e “DRU”, focada na distribuição de recursos do governo federal.

Tabela 8: Retrancas da rubrica Economia mais frequentes das 68 identificadas, de um total de 192 matérias publicadas

Retrancas	Número	%
Índices Econômicos	17	8,85%
Indicadores Econômicos	16	8,33%
Crédito, Endividamento e inadimplência do consumidor	14	7,29%
Crise econômica mundial Brasil	10	5,21%
Produção Indústria	8	4,17%
Crescimento da economia PIB	8	4,17%
Taxa de juros	6	3,12%
DRU	6	3,12%
Emprego/Desemprego	6	3,12%
Crédito e endividamento público	6	3,12%
Indicador Posição Segmentos	6	3,12%
Crise econômica mundial	6	3,12%
Total	109	56.74%

A partir da aplicação do padrão ao requisito, tem-se

- **Padrão de Posição Relativa (PPR) - Retranca:** nenhuma retranca pode conter mais do que 5 % do total de matérias produzidas no período de análise considerado dentro da rubrica a qual pertence.

Em relação ao **PPR-Retranca**, quatro retrancas ultrapassam o limite, o que sugere **desconformidade** em relação ao requisito “diversidade de conteúdos” na cobertura de Economia.

Em Política, foram identificadas 27 retrancas, das quais oito correspondem a 77,54% do total de matérias publicadas (98). Duas delas, “Crise Ministérios” e “DRU” representam quase a metade do total de matérias publicadas na rubrica. Em comum, esses principais temas têm a forte repercussão no Congresso Nacional e no conjunto da imprensa.

Tabela 9: Retrancas da rubrica Política mais frequentes das 27 identificadas, de um total de 98 publicadas

Retrancas	Número	%
Crise Ministérios *	27	27,55%
DRU	19	19,39%
Lei da Ficha Limpa	7	7,14%
Novo Código Florestal	7	7,14%
Copa do Mundo 2014	6	6,12%
Orçamento 2012 Emendas Parlamentares	4	4,08%
Saúde Lula	3	3,06%
PAC 2	3	3,06%
Total	76	77,54%

*Outras 5 matérias de Crise Ministérios estão na rubrica Nacional

A partir da aplicação do padrão ao requisito, tem-se

- **Padrão de Posição Relativa (PPR) - Retranca**: nenhuma retranca pode conter mais do que 5 % do total de matérias produzidas no período de análise considerado dentro da rubrica a qual pertence.

Em relação ao **PPR-Retranca**, cinco retrancas ultrapassam o limite, das quais, a primeira no ranking tem mais do que cinco vezes o limite e a segunda tem quase quatro vezes mais o limite, o que sugere **desconformidade** em relação ao requisito “diversidade de conteúdos” na cobertura de Política.

Em Nacional, foram identificadas 74 retrancas, das quais nove correspondem a 37,24% do total de matérias publicadas (158). Nessa rubrica, percebe-se uma maior distribuição das matérias por retrancas. Mesmo assim, há conteúdos locais, como “PM na USP” e “Tempo Região Sul” que ganham um significativo destaque na rubrica nacional.

Tabela 10: Retrancas da rubrica Nacional mais frequentes das 74 identificadas, de um total de 158 matérias publicadas

Retrancas	Número	%
Operação policial favela Rio	14	8,86%
PM na USP	9	5,7%
Morte de cinegrafista	7	4,43%
Tempo Região Sul	7	4,43%
Questões Indígenas	6	3,8%
Copa do Mundo 2014	6	3,8%

Crise Ministérios	5	3,16%
Execução de Juíza	4	2,53%
Feriadão	4	2,53%
Total	62	39,24%

A partir da aplicação do padrão ao requisito, tem-se

- **Padrão de Posição Relativa - Retranca:** nenhuma retranca pode conter mais do que 5 % do total de matérias produzidas no período de análise considerado dentro da rubrica a qual pertence.

Em relação ao **PPR-Retranca**, duas retrancas ultrapassam o limite, o que sugere **desconformidade** em relação ao requisito “diversidade de conteúdos” na cobertura de Nacional.

Na rubrica Educação, foram oito retrancas, com 27 matérias publicadas no total. Há que se destacar que o número de matérias publicadas na rubrica Educação é menor que o número de matérias publicado em duas retrancas de Economia: “Indicadores Econômicos” e “Índices Econômicos” somam 33 matérias.

Tabela 11: Retrancas da rubrica Educação (total) do conjunto de 27 matérias publicadas

Retrancas	Número	%
Ensino Superior	7	25,93%
PM na USP	5	18,52%
Ensino Fundamental	5	18,52%
Enade 2011	3	11,11%
Ensino Técnico	3	11,11%
Enem 2011	2	7,41%
Estudos Ambientais	1	3,7%
ICG 2010	1	3,7%
Total	27	39,24%

A partir da aplicação do padrão ao requisito, tem-se:

- **Padrão de Posição Relativa (PPR) - Retranca:** nenhuma retranca pode conter mais do que 5 % do total de matérias produzidas no período de análise considerado dentro da rubrica a qual pertence.

Em relação ao **PPR-Retranca** deste grupo, sua aplicação fica prejudicada pela baixa quantidade de matérias. Entretanto, do ponto de vista qualitativo, é interessante analisar que a retranca “Educação Superior”, que abarca a diversidade de matérias sobre o assunto, tem sete notícias ao passo que uma situação pontual, abarcada pela retranca “PM na USP”, tem sete ocorrências. Como todo indicador e padrão comportam também suas limitações, o usado aqui para a

exemplificação de uma sistemática possível de avaliação de qualidade não dá conta de tipificar a situação descrita como em desconformidade ao requisito “diversidade de conteúdos”, embora tal avaliação seja bastante plausível.

Em Saúde, de um total de 26 rubricas identificadas, seis correspondem a 52,93% do total de matérias (51).

Tabela 12: Retranças da rubrica Saúde mais frequentes das 26 identificadas, de um total de 51 matérias publicadas

Retranças	Número	%
HIV	7	13,73%
Saúde Pública DF	6	11,76%
Programa Melhor em Casa	4	7,84%
Câncer	4	7,84%
Programa SOS Emergências	3	5,88%
Ações Anvisa	3	5,88%
Total	27	52,93

Nessa rubrica, destaca-se a “Saúde Pública DF”, com seis matérias, um assunto fortemente local³⁵, e o lançamento de dois programas do governo federal, o Programa Melhor em Casa e o Programa SOS Emergências.

Na análise da rubrica Saúde, repete-se o caso de Educação, na qual existem poucas matérias. Igualmente numa avaliação qualitativa, a ocorrência de seis matérias sobre Saúde-DF sugere também uma desconformidade com o requisito “diversidade de conteúdo”, haja vista tratar-se de um tema extremamente local, enquanto programas do governo federal, com amplitude nacional, como o Programa Melhor em Casa, tem quatro matérias.

A Análise de Conteúdo realizada permite a constatação, principalmente, de assuntos predominantes na cobertura da ABr, considerando o período investigado. Os dados relativos à forte incidência de determinados assuntos são mais significativos pois evidenciam uma estrutura de produção que os privilegia. Já os assuntos com menor cobertura podem ser resultado de uma redução pontual, que o período observado de duas semanas intercaladas não permitiu captar o real destaque deles no conjunto da cobertura da agência. Para analisar algumas dessas situações é que foi feita a Análise de Conteúdo 2, a ser apresentada na sequência.

Entretanto, os assuntos de alta predominância, como os “Indicadores Econômicos”, “Índices Econômicos”, “DRU”, “Crise Ministérios”, “Copa 2014”, são compatíveis com a estrutura de distribuição das equipes de reportagem conforme apresentada na Tabela 9. As matérias inseridas

³⁵ Saúde Pública DF teve matérias inseridas em outras rubricas, Justiça e Nacional, com uma ocorrência cada. No total, foram oito matérias nesta retranca.

nas rubricas “Crise Ministérios”, “DRU” e “Copa 2014” foram construídas fortemente a partir da repercussão no Congresso e na Esplanada dos Ministérios, onde qualquer manifestação de uma fonte significativa poderia ser captada para a cobertura. E foi, haja vista o volume de material produzido. Já as de “Indicadores Econômicos” e “Índices Econômicos” também tem uma forte correlação com a disposição da equipe junto a bancos estatais e ao Ministério da Fazenda. Além disso, tal cobertura é fortemente produzida pelas equipes das praças de Rio e São Paulo, que costumam destacar até quatro profissionais para cobrir a divulgação de índices e indicadores econômicos (Tabela 13).

Tabela 13: Recorte do documento Prioridades relativo a cobertura de índices e indicadores econômicos.

<p>Lista de prioridades ABr – 01/11/2011</p> <p>9. ECONOMIA/ÍNDICES: - SAEM OS DADOS DA BALANÇA COMERCIAL DE OUTUBRO (pauta 3): Kelly Oliveira, Luciene Cruz - DIEESE DIVULGA ESTUDO SOBRE O 13º SALÁRIO (pauta SP): Flávia Albuquerque - FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS DIVULGA IPC-S DE OUTUBRO (pauta SP): Alice - IBGE DIVULGA PRODUÇÃO INDUSTRIAL BRASILEIRA (pauta RJ): Isabela Vieira - UNICA DIVULGA REVISÃO DA ESTIMATIVA DE PRODUÇÃO PARA A SAFRA 2011/2012 (pauta SP): Daniel Mello</p>
<p>Lista de prioridades ABr – 09/11/2011</p> <p>6. GOVERNO ANUNCIA SEGUNDO LEVANTAMENTO DA SAFRA DE GRÃOS 2011/12 (pauta 17): Danilo Macedo - IBGE DIVULGA PREVISÃO DA SAFRA DE OUTUBRO E PROGNÓSTICO PARA 2012 (pauta RJ): Flávia Villela</p> <p>7. ECONOMIA/ÍNDICES: - IBRE DIVULGA IPC/S/CAPITAIS (pauta RJ): Flávia Villela - BANCO CENTRAL DIVULGA FLUXO CAMBIAL (pauta 4): Kelly Oliveira - FIPE DIVULGA IPC DA 1ª QUADRISSEMANA DE NOVEMBRO (pauta SP): Marli Moreira - RELATÓRIO PRELIMINAR DO ORÇAMENTO 2012 DEVE SER VOTADO HOJE (pauta 14): Iolando Lourenço - MUDANÇAS NO SIMPLES NACIONAL DEVEM SER SANCIONADAS AMANHÃ (pauta 16): Wellton Máximo - SONDAAGEM CONJUNTURAL DO COMÉRCIO (pauta RJ): Flávia Villela</p>
<p>Lista de prioridades ABr – 17/11/2011</p> <p>8. ECONOMIA E ÍNDICES: - BC DIVULGA IPC-Br DE SETEMBRO E FLUXO CAMBIAL DA ÚLTIMA SEMANA (pauta 3): Kelly Oliveira - FIESP DIVULGA ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DE 43 NAÇÕES (pauta SP): Bruno Bochini - FGV DIVULGA IPC-S CAPITAIS (pauta RJ): Flávia Villela - IBGE DIVULGA CONTAS NACIONAIS 2005-2009 (pauta RJ): Vitor Abdala</p>

As desconformidades sugeridas em relação ao requisito “diversidade de conteúdos”, a partir da constatação da cobertura concentrada em certas áreas, podem ser atribuídas ao modo como o processo jornalístico de captura e tratamento das informações está montado. Tal modo acaba por privilegiar certos canais, como a estrutura de governo e de instituições com histórico de oferta regular de informação jornalística. A mudança do perfil do noticiário visando obter maior diversidade de conteúdo, e num esforço adicional, a maior representatividade de temas relevantes, como políticas públicas, está relacionada à mudança do padrão de gestão do processo jornalístico.

5.3.1.3.2 Análise de Conteúdo para verificação dos Indicadores “Políticas Públicas” e “Pluralidade”

Para esta Análise de Conteúdo, foram selecionadas alguns temas fortemente relacionados à políticas públicas, seja no sentido de ações preparatórias para sua formulação seja no sentido de ações propriamente ditas de políticas públicas em vigor. Foram selecionados quatro temas:

- Plano Nacional de Saneamento Básico
- Conferência Nacional da Juventude
- Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
- Programa de Aceleração do Crescimento

Exatamente da forma como foram grafados acima, procedeu-se a busca no site da ABr a fim de identificar a ocorrência de matérias nas quais constassem aquelas expressões, cuja terminologia indica com precisão o tema fortemente relacionado a políticas públicas. Para ter um elemento de comparação, foi feita a mesma busca, nos mesmos períodos, no site do UOL. A relação das matérias capturadas nessas buscas está no Apêndice F.

Antes de apresentar os resultados, é preciso recordar que esta análise é destinada à avaliação dos requisitos “políticas públicas” e “pluralidade” na cobertura. Foram usados dois indicadores:

Número de Matérias sobre os Temas para o requisito Políticas Públicas.

Número de Fontes Ouvidas por Segmento (Governo, Sociedade Civil, Empresas, Órgãos de Controle Fiscalização, etc) para o requisito Pluralidade.

Para o indicador **Número de Matérias Sobre os Temas**, serão empregados dois padrões:

- **Número Ideal – quantidade de matérias que varia de 12 a 36 por ano:** considerando a relevância dos assuntos, foi estabelecido aleatoriamente um número de matérias que poderia ser considerado ideal para cobrir, com um grau satisfatório de adequação, o tema. Para esse cálculo, foi considerado como número satisfatório duas matérias por mês, com uma margem de tolerância de 50 % para mais ou para menos. Nesse caso, o padrão aceita um número de matérias que varia de 12 a 36 matérias, em média, por ano.

- **Número Relativo – maior número de matérias sobre o assunto em comparação com outro veículo:** considerou-se, além do padrão anterior, o número de matérias produzido por um veículo na comparação direta com o outro. Quem produzisse mais matérias, teria uma melhor cobertura. Exceto, claro, nos casos que se ultrapassasse o limite, situação que poderia afetar outro requisito, o da “diversidade de conteúdo”. Para esse caso, quem menos exceder o limite teria a

melhor cobertura.

Para o indicador **Número de Fontes Ouvidas por Segmento**, o padrão será:

- **Igualdade de oportunidade para as fontes de diferentes segmentos**: nesse caso, para cada cobertura considerada, não poderá haver predominância de um grupo de fonte em relação a outro. Para acomodar possíveis diferenças no perfil das fontes (a depender da conjuntura, umas fontes podem ser mais ou menos acionadas do que outras), vai se aceitar uma variação de até cinco ocorrências para mais ou para menos, dentro do grupo de matérias da cobertura analisada.

O primeiro e o segundo temas a serem analisados são a Conferência Nacional da Juventude e a Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. As conferências fazem parte de uma estratégia do Estado brasileiro para garantir a participação social na discussão sobre políticas públicas, nas várias etapas necessárias à sua concretização, tais como elaboração, implementação, monitoramento e avaliação. São espaços nos quais a sociedade civil encontra acolhimento para participar, juntamente com agentes governamentais, de deliberações que deverão nortear o estado na execução de políticas públicas em várias áreas. Em 2011, essas duas conferências foram realizadas – 2ª. Conferência Nacional de Juventude e 4ª. Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional -, mobilizando inúmeros atores sociais ao longo de todo o ano, discutindo e deliberando sobre temas considerados fundamentais em cada área.

Com base nos requisitos estabelecidos pela ABC/ABr, “políticas públicas” e “pluralidade”, a pergunta a ser feita é: como a ABr cobriu esses dois temas? Vamos aos dados.

Para o tema Conferência Nacional da Juventude, foi inserida essa expressão e definido o período de 01/01/2011 a 31/12/2011. A pesquisa retornou duas matérias (ver Anexo I).

Os dados dessa busca são os seguintes:

AGÊNCIA BRASIL – Conferência Nacional da Juventude

Número de Matérias: 2

Fontes:

- **Governo = 1**

- **Sociedade Civil = 1**

A mesma busca feita no site do UOL (sem especificar o período, pois a ferramenta não dá essa opção), entretanto, não houve retorno de nenhuma matéria (<http://noticias.uol.com.br/busca?q=%22Confer%C3%Aancia%20Nacional%20da%20Juventude%22&base=uol>).

Para a avaliação do requisito “políticas públicas”, a partir do indicador **Número de Matérias sobre os Temas**, serão aplicados os dois padrões mencionados, a saber:

Número Ideal – quantidade de matérias que varia de 12 a 36 por ano: ambos os veículos apresentam resultados insatisfatórios, em **desconformidade** com o padrão.

Número Relativo – maior número de matérias sobre o assunto em comparação com outro veículo: a cobertura da ABr é melhor que a cobertura do UOL, numa disputa acirrada: 2 a 0.

Para a avaliação do requisito “pluralidade”, a partir do indicador **Número de Fontes Ouvidas por Segmento**, afirma-se que:

Igualdade de oportunidade para as fontes de diferentes segmentos, a cobertura da ABr está em **conformidade** com o requisito, atestando a pluralidade da cobertura, pois os números de fontes de cada grupo de segmento estão exatamente iguais.

Para o tema Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, foi inserida essa expressão e definido o período de 01/01/2011 a 31/12/2011. A pesquisa retornou cinco.

Com base nos requisitos estabelecidos pela EBC/ABr, “políticas públicas” e “pluralidade, a avaliação pode ser assim feita.

Os dados dessa busca foram os seguintes:

AGÊNCIA BRASIL – Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

Número de Matérias: 5

Fontes:

- Governo = 3
- Sociedade Civil = 2
- Órgãos autônomos (Consea, CNTBio, etc) = 4
- FAO = 1

A mesma busca feita no site do UOL (sem especificar o período, pois a ferramenta não dá essa opção), retornou uma matéria, reproduzida da ABr, a saber, “Fome é ‘gravíssima’ violação de direitos humanos, diz ministra Maria do Rosário”, de 06/11/2011. O resultado:

UOL – Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

(<http://noticias.uol.com.br/busca?q=%22Confer%C3%Aancia%20Nacional%20de%20Seguran%C3%A7a%20Alimentar%20e%20Nutricional%22&base=uol>)

Número de Matérias: 1

Fontes:

- Governo = 1

Para a avaliação do requisito “políticas públicas”, a partir do indicador **Número de Matérias sobre os Temas**, serão aplicados os dois padrões mencionados, a saber:

Número Ideal – quantidade de matérias que varia de 12 a 36 por ano: ambos os veículos apresentam resultados insatisfatórios, em **desconformidade** com o padrão.

Número Relativo – maior número de matérias sobre o assunto em comparação com outro veículo: a cobertura da ABr é melhor que a cobertura do UOL, pois publicou cinco matérias contra uma.

Para a avaliação do requisito “pluralidade”, a partir do indicador **Número de Fontes Ouvidas**

por Segmento, afirma-se que:

Igualdade de oportunidade para as fontes de diferentes segmentos, a cobertura da ABr está em conformidade com o requisito, atestando a pluralidade da cobertura, pois os números de fontes de cada grupo de segmento estão dentro da margem aceitável de variação de até cinco ocorrências por fonte, para mais ou para menos. No caso do UOL, como só há uma matéria e uma fonte, subentende-se não ter havido pluralidade, mesmo que formalmente se adeque ao padrão estabelecido.

Para a análise do tema Plano Nacional de Saneamento Básico foi utilizado o mesmo procedimento: foi inserida a expressão no mecanismo de busca e filtrou-se o resultado para o período de 01/01/2011 a 31/12/2011. Antes de iniciar a apresentação dos dados, é preciso destacar que o Brasil vem, ao longo dos últimos anos, discutindo a elaboração do Plano Nacional de Saneamento Básico – Plansab. Conforme o site destinado especificamente ao tema, no Portal do Ministério das Cidades,

O Plano Nacional de Saneamento Básico, quando aprovado em sua etapa final, constituirá o eixo central da política federal para o saneamento básico, promovendo a articulação nacional dos entes da federação para a implementação das diretrizes da Lei 11.445/07. Será um instrumento fundamental para a retomada da capacidade orientadora do Estado na condução da política pública de saneamento básico e, conseqüentemente, da definição das metas e estratégias de governo para o setor no horizonte dos próximos vinte anos, com vistas à universalização do acesso aos serviços de saneamento básico como um direito social, contemplando os componentes de abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, e drenagem e manejo das águas pluviais urbanas. [...]

Com a finalização do texto da Proposta do PLANSAB finalizado em abril de 2011, a mesma foi apresentada e debatida em cinco Seminários Regionais (em Belém-PA, Salvador-BA, Brasília-DF, Rio de Janeiro-RJ e Florianópolis-SC) e em duas Audiências Públicas (ambas em Brasília-DF), sendo que a conclusão do debate com a sociedade será finalizado com a realização de uma consulta Pública através da internet, a ser disponibilizada em breve através deste sítio eletrônico (www.cidades.gov.br/plansab), e também da avaliação do mesmo pelos Conselhos Nacionais de Saúde, de Meio Ambiente, de Recursos Hídricos e das Cidades.(Ministério das Cidades/ http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=302:plansab&catid=84&Itemid=113 / acessado em 21/06/2012)

Pelo breve relato acima, é possível perceber que o ano de 2011 apresentava muitas possibilidades no acompanhamento do assunto que é dos mais sensíveis para o país.

Os dados dessa busca foram os seguintes:

AGÊNCIA BRASIL – Plano Nacional de Saneamento Básico

Número de Matérias: 8

Fontes:

- Governo = 9

- Sociedade Civil = 3

A mesma busca feita no site do UOL (sem especificar o período, pois a ferramenta não dá essa opção), retornou uma matéria, reproduzida da ABr, a saber, “[Ministro das Cidades rebate denúncias sobre oferecimento de propina e diz que age dentro da legalidade](#)”, de 25/08/2011. Curiosamente, essa matéria não retornou no resultado da pesquisa feita no site da ABr.

UOL – Plano Nacional de Saneamento Básico

(<http://noticias.uol.com.br/busca?q=%22Plano%20Nacional%20de%20Saneamento%20B%C3%A1sico%22&base=uol>)

Número de Matérias: 1

Fontes:

- **Governo = 1**

Para a avaliação do requisito “políticas públicas”, a partir do indicador **Número de Matérias sobre os Temas**, serão aplicados os dois padrões mencionados, a saber:

Número Ideal – quantidade de matérias que varia de 12 a 36 por ano: ambos os veículos apresentam resultados insatisfatórios.

Número Relativo – maior número de matérias sobre o assunto em comparação com outro veículo: a cobertura da ABr é melhor que a cobertura do UOL, pois publicou oito matérias contra uma.

Para a avaliação do requisito “pluralidade”, a partir do indicador **Número de Fontes Ouvidas por Segmento**, afirma-se que:

Igualdade de oportunidade para as fontes de diferentes segmentos, a cobertura da ABr apresenta uma pequena **desconformidade** com o requisito, caracterizando falta de pluralidade da cobertura, pois os números de fontes de cada grupo de segmento ultrapassam a margem aceitável de variação de até cinco ocorrências por fonte, para mais ou para menos. As fontes do Governo têm nove citações contra três da sociedade civil, resultando numa diferença de seis ocorrências. No caso do UOL, como só há uma matéria e uma fonte, subentende-se não ter havido pluralidade, mesmo que formalmente se adeque ao padrão estabelecido.

Para a análise do tema Programa de Aceleração do Crescimento, foi utilizado o mesmo procedimento: foi inserida a expressão no mecanismo de busca e filtrou-se o resultado para o período de 01/01/2011 a 31/12/2011. **A pesquisa retornou 357 notícias**, média de quase uma notícia por dia, o que compromete o requisito “diversidade de conteúdo” quando comparada esta cobertura às outras de políticas públicas. Por tratar-se de um número muito elevado para essa investigação simplificada, o recorte temporal foi reduzido para o período de 01/11/2011 e 30/11/2011. A pesquisa retornou 28 notícias, um número razoável para o presente levantamento, mantendo-se a média da pesquisa anual de quase uma matéria por dia.

O Programa de Aceleração do Crescimento constitui a principal política pública destinada ao desenvolvimento do país. O chamado PAC, iniciado em 2009, opera investimentos em seis eixos: Transportes, Energia, Cidade Melhor, Comunidade Cidadã, Minha Casa, Minha Vida, Água e Luz para Todos.

Os dados dessa busca foram os seguintes:

AGÊNCIA BRASIL – Programa de Aceleração do Crescimento

Número de Matérias: 28

Fontes:

- Governo = 16
- Governo RJ = 2
- Câmara dos Deputados = 1
- Empresas (Petrobras, outras) = 5
- Órgãos Autônomos (agências, MP, TCU, Defensoria) = 5
- Sociedade Civil = 5

A mesma busca feita no site do UOL (sem especificar o período, pois a ferramenta não dá essa opção), retornou sete matérias, das quais cinco foram reproduzidas da ABr. Das cinco, duas tinham fontes do governo.

UOL – Programa de Aceleração do Crescimento

Número de Matérias

Fontes

- Governo = 3
- Governo AL = 1
- Sociedade Civil = 4
- Empresas (Petrobras, outras) = 3
- Órgãos Autônomos (agências, MP, TCU, Defensoria) = 3

Para a avaliação do requisito “políticas públicas”, a partir do indicador **Número de Matérias sobre os Temas**, serão aplicados os dois padrões mencionados, a saber:

Número Ideal – quantidade de matérias que varia de 12 a 36 por ano: para esse tema, é necessário fazer um ajuste neste padrão, pois a referência para o número de matérias é o mês. Nesse sentido, considerando-se duas matérias por mês, conforme estabelecido inicialmente, a variação considerada ideal seria entre uma e quatro matérias por mês. Entretanto, pode-se relativizar essas referências para o PAC, por tratar-se de um programa de fato muito amplo do governo federal. Aceita-se então dobrar o valor de referência, passando-se para quatro. Com a variação igualmente estabelecida, de 50% para mais ou para menos, resulta que o padrão considerado ideal de quantidade de matérias seria entre quatro e seis.

Nesse caso, ambos os veículos apresentam resultados insatisfatórios, estando em **desconformidade**. A ABr por uma superexposição do tema, com 28 matérias no período, com

média de quase uma matéria por dia. Tal discrepância compromete inclusive o requisito “diversidade”. O UOL, por sua vez, mante-se um pouco acima, mas muito próximo da margem do considerado aceitável.

Número Relativo – maior número de matérias sobre o assunto em comparação com outro veículo: quando a cobertura excede o número ideal, a avaliação é inversamente proporcional, isto é, a melhor cobertura é aquela cujo número mais se aproxima do valor de referência. Assim, também neste quesito, a cobertura do UOL foi considerada melhor.

Para a avaliação do requisito “pluralidade”, a partir do indicador **Número de Fontes Ouvidas por Segmento**, afirma-se que:

Igualdade de oportunidade para as fontes de diferentes segmentos, a cobertura da ABr apresenta uma grande **desconformidade** com o requisito, caracterizando falta de pluralidade da cobertura, pois o número de fontes de um grupo de segmento ultrapassa a margem aceitável de variação de até cinco ocorrências por grupo de fonte, para mais ou para menos. As fontes do Governo têm 16 citações contra cinco de órgãos autônomos e empresas, as segundas fontes mais acionadas, resultando numa diferença de 11 ocorrências, mais do que o dobro. No caso do UOL, há um equilíbrio na distribuição das fontes, com uma variação muito pequena entre o número de ocorrências das fontes, apontando para uma cobertura em **conformidade** com o requisito pluralidade.

Em resumo, a avaliação dos requisitos “Políticas Pública” e “pluralidade” pode ser visualizada no conjunto, a seguir.

Conferência Nacional da Juventude

Requisitos ⇔ Veículos ↓	Políticas Públicas		Pluralidade
	Número Ideal – 12-36	Número Relativo	
ABr	Desconforme	Conforme	Conforme
UOL	Desconforme	Desconforme	Desconforme

Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

Requisitos ⇔ Veículos ↓	Políticas Públicas		Pluralidade
	Número Ideal – 12-36	Número Relativo	
ABr	Desconforme	Conforme	Conforme
UOL	Desconforme	Desconforme	Desconforme

Plano Nacional de Saneamento Básico

Requisitos ⇔ Veículos ↓	Políticas Públicas		Pluralidade
	Número Ideal – 12-36	Número Relativo	

Abr	Desconforme	Conforme	Desconforme
UOL	Desconforme	Desconforme	Desconforme

Programa de Aceleração do Crescimento

Requisitos ⇔ Veículos ↓	Políticas Públicas		Pluralidade
	Número Ideal – 2-6/Mês	Número Relativo	
Abr	Desconforme	Desconforme	Desconforme
UOL	Desconforme	Conforme	Conforme

Para concluir este ponto, é preciso relacionar que os resultados da ABr estão vinculados ao padrão de gestão de seus processos jornalísticos e à falta de clareza na orientação editorial para a equipe. A rotina do trabalho de cobertura é movida sobretudo pelo valor-notícia do factual. Assim, como o PAC tem uma política de divulgação agressiva, com apresentação regular do seu balanço de execução, a cobertura da ABr consegue monitorá-la. O faz inclusive em excesso, no que acaba por privilegiar as fontes ligadas ao governo. Entretanto, os outros temas relativos às políticas públicas que não têm a mesma estrutura de divulgação e de mobilização da imprensa, necessitariam a aplicação de outros valores-notícia e outras técnicas de cobertura, sobretudo, a pesquisa documental, para se descobrir por onde se poderia gerar uma estratégia diferenciada para dar conta delas.

5.4 Análise e discussão dos dados

O principal objetivo da pesquisa no Eixo 3, monitoramento de processos, foi analisar como a ABr produz o seu noticiário, a partir dos procedimentos jornalísticos que emprega. A síntese da avaliação sugerida pode ser verificada no quadro abaixo. Enfatiza-se: é uma avaliação sugerida, a partir de critérios construídos pela equipe de pesquisadores, a partir do acúmulo de conhecimentos sobre o tema decorrente de seu trabalho de pesquisa. Cabe À EBC/ABr obviamente analisar, incorporar ou não, em função de como a empresa decidir seu modo de gestão da qualidade.

Quadro 14– Síntese da avaliação de requisitos de qualidade relativos à gestão dos processos jornalísticos, com ênfase no aspecto editorial

Grupo	Requisitos	Níveis			
		1	2	3	4
	Estratégias e Planos			X	

DOCUMENTAÇÃO	Foco na Audiência e Sociedade			X	
	Informação e Conhecimento		X		
	Realização do Produto e do Processo		X		
	Medição, Análise e Melhoria		X		
REALIZAÇÃO DOS PROCESSOS	Estratégicas e Planos		X		
	Foco na Audiência e Sociedade		X		
	Informação e Conhecimento	X			
	Realização do Produto e do Processo		X		
	Medição, Análise e Melhoria		X		
Total		1	7	2	0

Essa análise envolveu o estudo sobre os documentos norteadores do trabalho jornalístico da agência, por um lado, e a caracterização dos seus processos de trabalho, por outro. Ambos foram confrontados com diretrizes gerais de um sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo – Planos e Estratégias, Audiência e Sociedade, Informação e Conhecimento, Realização do produto e do processo e Medição, análise e melhoria – e com requisitos para a gestão da qualidade, como documentação, registro, rastreabilidade, indicadores e padrões. A seguir serão sumarizados os principais diagnósticos acerca dos processos de produção jornalística da ABr.

Foi constatada pouca referência a Planos e Estratégias de ação relacionada à realização do trabalho jornalístico. Certamente a ausência de um Manual de Jornalismo em vigência pode ter contribuído bastante para as imprecisas e genéricas menções ao “interesse do cidadão” como diretriz editorial. Nesse sentido, vislumbra-se, em futuro próximo, a necessidade de um intenso processo de formação interna visando à disseminação do conteúdo do Novo Manual de Jornalismo a fim de se demonstrar, claramente, a existência de diretrizes editoriais e quais são a guiar o jornalismo da EBC/ABr. Isso será fundamental para que o foco na Audiência e Sociedade, fartamente presente nos documentos legais, estatutários e regimentais da EBC, seja traduzido na forma de procedimentos de trabalho, valores-notícia e critérios editoriais para a equipe da redação.

A estrutura do Novo Manual de Jornalismo, entretanto, comporta orientações que atravessam diferentes níveis organizacionais. Desde a afirmação de diretrizes estratégicas, como a Seção 1, que apresenta princípios, valores, objetivos e diretrizes, até orientações de ordem operacional, como algumas presentes nas Seções 3 e 4. O ponto para o qual se quer chamar a atenção é que um documento para expressar publicamente os compromissos da EBC/ABr com a sociedade brasileira pode ser melhor divulgado, por exemplo, se for curto. Ao mesmo tempo, um

documento para aprofundar e detalhar orientações editoriais e técnicas para a equipe pode exigir uma extensão maior de detalhes do que a disponível num “único” manual. Há a previsão de cada produto jornalístico da EBC desenvolva seu próprio plano editorial. Tal alternativa poderá suprir parcialmente esta demanda, a depender da forma como vier a ser implementada.

Quando se faz referência a aprofundamento e detalhamento de orientações editoriais e técnicas, considera-se que requisitos dos produtos devem ser devidamente especificados. Por exemplo: há uma orientação estratégica que determina a cobertura de políticas públicas pelo jornalismo da EBC/ABr. Mas, qual das centenas, provavelmente, políticas públicas desenvolvidas pelo Governo Federal será objeto do noticiário? Como, e a partir de quais parâmetros, discernir uma política pública mais relevante do que outra? Em que momento? Ouvindo quais fontes? Torna-se necessário, por isso, o estabelecimento de critérios específicos a fim de refinar orientações gerais e proporcionar uma diretriz mais nítida para a equipe de jornalismo. Se isso não for feito, haverá dificuldades para se estabelecer e avaliar os requisitos de qualidade pretendidos pela EBC/ABr para atender a sociedade brasileira.

Em relação à realização do processo, cinco são os aspectos que merecem uma atenção maior por parte da EBC/ABr: o trabalho de produção de pauta, a distribuição da equipe por setores e assuntos, a gestão do conhecimento organizacional, a rastreabilidade dos registros e a existência de poucos indicadores de qualidade identificados e monitorados.

O trabalho de produção de pauta é a principal atividade de planejamento de conteúdo noticioso da EBC/ABr. Duas são as questões que podem ser reavaliadas: as origens de onde partem muitas pautas sugeridas no agendão precisam ser ampliadas, a fim de alcançar temas e fontes que não os tradicionalmente usados no noticiário; o ciclo de produção de pauta precisa ser flexibilizado, mantendo a atenção diária para o conteúdo relacionado ao factual, mas compatibilizado com o esforço necessário ao desenvolvimento de pautas temáticas e que explorem o debate sobre políticas públicas.

Um segundo ponto que merece análise por parte da EBC/ABr é a distribuição de repórteres por editoria e, conseqüentemente, por rubrica. Diante de várias e complexas áreas que abarcam inúmeros problemas no país, impõem inúmeros desafios e exigem inúmeras políticas públicas, qual a razão de uma única área, Economia, compor uma editoria específica e responder sozinha por mais de ¼ do material noticioso produzido? Por que os bancos estatais e o Ministério da Fazenda têm direito a dois repórteres cada um, diariamente? Por que até quatro repórteres de uma praça são designados para cobrir, com relativa regularidade, índices e indicadores econômicos? Tais perguntas fazem sentido sobretudo quando se compara que parte significativa do conteúdo de Economia é formada por esse tipo de conteúdo.

A gestão do conhecimento organizacional é o terceiro ponto que merece maior atenção da EBC/ABr. Trata-se de gerar conhecimentos sobre o próprio trabalho produzido e gerar conhecimentos sobre as áreas que constituem o objeto de interesse da organização, neste caso, as questões de interesse público. A ABr faz pouco uso de sistemas de informação, apenas o sistema publicador, os sistemas de e-mail e, eventualmente, a Agenda EBC. Os sistemas de informação são importantes ferramentas para viabilizar a gestão do conhecimento, gerar registros, permitir a rastreabilidade e, em consequência, dar suporte a decisões.

Aliado às dificuldades de gestão do conhecimento organizacional e ao uso de sistemas de informação, estão as dificuldades relacionadas à rastreabilidade dos registros. Ao longo de todo o processo, vários registros são produzidos, entretanto, não há controle sobre eles, pois estão dispersos ao longo de várias atividades. Em geral, o registro é preservado por quem o produz ou por quem depende dele para alguma atividade direta. Mas, não há um controle, um sistema de documentação corporativo que os gerencie.

Além disso, há importantes momentos que são parcialmente registrados. Os momentos de decisão (como, por exemplo, os da reunião das 9h e das 10h) geram os respectivos registros de prioridades. Entretanto, os critérios empregados em cada momento pelos decisores permanecem ocultos ou circunscritos àquele espaço naquele momento. Uma análise interna, que poderia ser motivada pelo interesse dos próprios decisores, a fim de realizarem uma autoavaliação de seu trabalho, esbarraria na falta de registros dos critérios levados em conta em cada decisão passada.

Por fim, o último ponto para o qual se quer chamar a atenção da EBC/ABr é para a pouca especificação dos requisitos, dos indicadores e de padrões para aferição de resultados. O que há nesse sentido são os relatórios de erros, que apresentam requisitos e indicadores relativos a gramática, padronização, informação e inadequação/desnecessidade. Entretanto, requisitos e indicadores extremamente necessários à avaliação do conteúdo noticioso, como, por exemplo, os de relevância, de orientação editorial e de pluralidade de pontos de vista, que poderiam ser aplicados para avaliar a cobertura de políticas públicas e outros temas, não são especificados. Se não são especificados, não podem ser precisamente identificados, nem medidos, nem monitorados, o que compromete qualquer pretensão de avaliação de resultados relativos à busca da qualidade.

Desta dificuldade de explicitação e visibilidade na aplicação dos critérios editoriais aliada a uma estrutura de produção jornalística voltada para o factual e a canais de rotina para captura de informação, como nitidamente se verifica tanto na área econômica quanto na cobertura dos temas sobre políticas públicas, com o destaque ao PAC em detrimento das conferências da Juventude e da Segurança Alimentar e Nutricional e do Plano Nacional do Saneamento Básico, resultam dois grandes desafios para a EBC/ABr em implementar sua produção jornalística como um jornalismo

público

Desta dificuldade de explicitação e da conseqüente falta de visibilidade na aplicação dos critérios editoriais, aliada a uma estrutura de produção jornalística voltada para o factual e canais de rotina para captura de informação, como nitidamente se verifica tanto na área econômica quanto na cobertura dos temas sobre políticas públicas, através do destaque ao PAC em detrimento das conferências da Juventude e da Segurança Alimentar e Nutricional e do Plano Nacional do Saneamento Básico, resultam dois grandes desafios para a EBC/ABr em implementar sua produção jornalística como um jornalismo público que atenda aos requisitos da diversidade, da pluralidade e da atenção às políticas públicas.

O primeiro desafio envolve repensar o modo de fazer jornalismo, pois uma concepção diferenciada em relação ao conteúdo, como a diversidade, a pluralidade e a cobertura de políticas públicas, requer um modo de operação jornalística diferenciada, que se distancie de modelos estabelecidos aos quais a EBC/ABr pretende justamente tornar-se uma alternativa. Tal ruptura requer uma postura inovadora, que se abra para testar e desenvolver novos métodos de produção de conteúdo jornalístico. Nesse sentido, a preocupação com o uso de sistemas informatizados pode representar um apoio fundamental para se viabilizar esse caminho.

O segundo desafio envolve o esforço de desenvolver e ampliar a especificação dos critérios editoriais, relativos à segurança da informação, relevância, diretrizes editoriais e normas éticas. Como consequência, o desenvolvimento de uma cultura organizacional que incorpore tais especificações na sua rotina de operações, pois isso será essencial para a consolidação de uma cultura interna de avaliação da qualidade editorial, fundamental para prestar contas à sociedade sobre como a EBC/ABr cumpre e respeita os princípios editoriais expressos em seus documentos normativos.

Pela análise realizada, percebe-se haver nos documentos da EBC/ABr uma disposição para compromissos públicos, através de temas relevantes, como as diretrizes orientadas para as políticas públicas, e através de ferramentas voltadas a dar transparência editorial, como a Ouvidoria. Entretanto, a materialização de tal esforço normativo nos processos de produção jornalística parece não se efetivar no ritmo e na amplitude intencionados. Este não é um movimento fácil, certamente, pois as intenções de conteúdo da EBC/ABr requerem um sistema diferenciado de trabalho, que revejam modelos de produção e que assumam a transparência editorial como um pilar básico da sua cobertura jornalística.

6. Considerações finais: 40 recomendações à ABr/EBC

A pesquisa iniciada em outubro de 2011 e que se estendeu até março de 2012, envolvendo uma equipe de dezesseis pesquisadores, não poderia concluir um relatório como este apenas com a descrição dos aspectos identificados no funcionamento, na rotina e na dinâmica da Agência Brasil. É necessário também sistematizar o observado, de forma a reunir os dados mais relevantes e apresentá-los numa ordem lógica e convergente. Ao proceder assim, necessariamente, algumas recomendações são listadas a seguir, sempre com o objetivo de indicar, sugerir e sinalizar ações que possam contribuir com transformações positivas na ABr.

Como a proposta de estudo se apoiou na estrutura modular de eixos de análise, as recomendações dirigidas a gestores da ABr e da EBC também são organizadas desta maneira. Muitas dessas sugestões são de conhecimento dos profissionais da empresa, pois foram mencionadas em entrevistas, consultas e conversas informais. Outro tanto está no universo do planejamento dos gestores, conforme se pode atestar nos documentos a que se teve acesso no estudo. Um terceiro grupo de recomendações foi percebido pelos pesquisadores no cotejamento dos cenários que encontraram e na discussão preocupada com o bom funcionamento da agência noticiosa. O rol a seguir – com 40 itens, numerados com a inicial R - não faz distinção da origem das recomendações, mas se ocupa do seu ordenamento.

6.1 Recomendações à Agência Brasil: condições de produção

No que tange às condições de produção, dos assuntos contemplados no questionário eletrônico apresentado aos diferentes públicos da EBC e ABr (gestores e repórteres), é possível destacar um aspecto geral que contempla o objetivo deste eixo de pesquisa: os problemas verificados no fluxo de informações sobre a gestão da EBC e da ABr.

Há nítida carência de informações, desde o caráter mais estratégico da gestão (os profissionais, gestores da Agência e jornalistas da redação desconhecem os dados do orçamento da Empresa), passando pela inclusão dos profissionais, independente de suas funções, nos processos de tomada de decisão interna (os repórteres e parte dos gestores da ABr apontam que não há transparência).

A inexistência do Conselho Editorial institucionalizado, bem como uma política de recrutamento pouco clara compõem um quadro que revela uma considerável distância entre os três grupos pesquisados, sobretudo no tocante ao acesso à informação.

Nesse sentido, a **primeira recomendação (R1)** é de que sejam criados os mecanismos de gestão que possam equacionar, num plano estratégico do imediato ao longo prazo, essas lacunas de informação e inclusão dos profissionais na gestão da EBC e da ABr.

Outra recomendação **(R2)** seria a de **publicar no site da Agência os compromissos editoriais, e igualmente**, em sua forma final após a implantação, o **Manual de Jornalismo** pelo fato de consolidar os fundamentos, saberes e fazeres do jornalismo da Empresa. O Manual de Jornalismo da EBC está disponível no site da Agência Brasil, mas como na forma de uma das resoluções do Conselho Curador³⁶, sem muita visibilidade pública. Ora, o grande público precisa ter o acesso mais fácil a este documento, a exemplo do que fazem as Organizações Globo e a própria BBC, que disponibilizam seus compromissos editoriais nas capas de seus principais sites.

Por último, as respostas conflitantes sobre o Conselho Editorial e Manual de Qualidade ensejam recomendações finais. **No tocante ao Conselho, implementar esse mecanismo de gestão jornalística e publicar seus integrantes no site da ABr (R3 e R4). Quanto ao Manual de Qualidade, recomenda-se sua publicação** por constituir uma baliza importante ao julgamento e crítica do público da EBC e da Agência **(R5)**.

6.2 Sugestões para potencializar o funcionamento do site

Os resultados da pesquisa no que se refere ao Eixo 2 – Funcionalidade e usabilidade online - mostraram que a produção jornalística da ABr ainda está na fase transpositiva, ou seja, seguindo os modelos do jornalismo impresso. No online, além das imagens atualizadas e até do som se for o caso, o receptor conta com várias "camadas" de texto que formam o hiperlink, possibilitando acesso a todo tipo de detalhe, a edições anteriores, a bancos de dados, a pesquisas de todo tipo, inclusive em outras línguas. Por isso, a necessidade da criação de uma cultura de jornalismo e produção online dentro da EBC, considerando às características próprias deste ambiente. Para isso, recomenda-se:

Um **estudo aprofundado da plataforma usada para publicação e consumo de notícias a fim de verificar se a mesma é a adequada às demandas da ABr (R6)** em termos de funcionalidade, praticidade e facilidade de manejo das ferramentas possíveis de serem utilizadas no jornalismo online – em especial às que envolvem aspectos multimídiais (áudio, texto e vídeo em sinergia). **Sugerimos uma interface mais amigável (R7)**, com itens mais intuitivos, semelhantes aos que vemos em plataformas livres de postagem de conteúdo (como o Blogger e o Wordpress).

Ainda em termos de interface, **a recomendação é de que todos os profissionais**, não apenas os editores responsáveis, **sejam familiarizados com a interface de postagem do site (R8)**, explorando todas as possibilidades. Se todos os profissionais souberem qual o procedimento para a postagem de um vídeo,

36 Ver: http://conselhocurator.ebc.com.br/sites/_conselhocurator/files/resolucao_3_2012_cc_ebc.pdf

uma tabela, ou foto, por exemplo, os resultados do trabalho cotidiano são melhores. É claro que o fluxo de publicação de uma notícia poderá continuar o mesmo mas, com mais profissionais entendendo a interface de postagem, a busca por soluções para eventuais problemas durante esse processo se torna facilitada.

Formação de uma equipe multidisciplinar (jornalistas, TIs, designers) que dê conta da produção multimídia da ABr (R9). O aumento na diversidade de profissionais da composição da equipe, com a criação, por exemplo, do cargo de gestor de mídias (SEO) que entenda diferentes linguagens de codificação disponíveis na web (html, action script 2.0, html5, por exemplo), possibilitará a adoção de uma narrativa multimídia mais eficiente e de acordo com as características de um produto online.

Percebeu-se, claramente a falta de treinamento da equipe já existente para atualização e suporte. Além da ausência também de uma composição formada por jornalistas, designers, pessoal de artes e tecnologia da informação que dialogue e trabalhe de forma unificada. **Recomenda-se, portanto, a capacitação da equipe atual no sentido de dar condições de criar demandas para a produção online (R10).** Essa capacitação deve se dar em diversos níveis: (1) Conhecimento e explicitação das características do jornalismo online; (2) Conhecimento e explicitação dos principais softwares usadas na produção da notícia para online; (3) Conhecimento e explicitação dos principais modelos usados no jornalismo online (nos termos propostos por DUBE e outros pesquisadores; (4) Conhecimento e explicitação de ferramentas disponíveis na web para produção de narrativas jornalísticas, tais como storify, vimeo, dipty, etc.

Maior aproximação entre as equipes da Sucom e da ABr (R11). O que se percebeu foi que problemas que existem na agência são quase que desconhecidos pela superintendência, enquanto que, soluções criadas pela superintendência ainda não estão disponíveis para a agência e nem sempre se adequam ao seu cotidiano de produção. Essa aproximação ajuda na gestão de crises e escolhas de normativas.

A respeito da usabilidade, o site tem um tempo de carregamento rápido e boa organização do conteúdo. A escolha das fontes das letras foi correta, deixando o site limpo e simples. O menu superior está sempre visível, o que é um ponto positivo. No entanto, o sistema de busca interno não é funcional os caminhos percorridos para encontrar alguma matéria são confusos e deixa o leitor “perdido”. Levando em conta a premissa de que “quanto menos cliques, melhor”, **o site poderia ser reformulado na busca de uma maior integração entre as diferentes seções e editorias (R12).** Assim, também quanto à usabilidade, **sugerimos uma padronização das chamadas de usabilidade (R13):** (1) Clique para ler; (2))Clique para ouvir; (3) Clique para ver o vídeo; (4) Navegue no infográfico; (5) Uso do recurso "blank" para fechar matérias, fotos, infográficos.

Quanto às características do jornalismo online, a equipe faz algumas observações:

Memória: **explorar a capacidade de armazenamento de materiais e utilizá-los em**

coberturas futuras (R14). Seja através do " leia o que já publicamos", ou na forma de resgate numa linha de tempo ou na colocação em hipertexto.

Outra questão: a capacidade de memória e recuperação está determinada pelo uso de metadados específicos. Assim, **para dar visibilidade nos buscadores comerciais ao material produzido pela Agência, seria interessante a conexão com eles (R15)** (também programação de interface) e a criação de um “dicionário contínuo de metadados”).

Hipertextualidade e Não-linearidade: o entendimento de que no jornalismo online não temos mais a limitação do "espaço papel" e da linearidade, possibilita a ampliação do contexto. Isso se dá através de produção de sub-textos explicativos, infográficos, linhas do tempo, etc. (ver a seguir Multimídia). **Produzir esses conteúdos (R16).**

Interatividade: para alguns pesquisadores, o simples ato de clicar numa foto representa um processo de interação com o leitor. Assim, o uso de recursos clicáveis e expandíveis (como fotos e infográficos) contribuem para a fidelidade do leitor. **Ressalte-se a necessidade da criação de canais de retorno entre o leitor e a Agência através de ferramentas como " Comente essa matéria", "Envie para um amigo", "PDF e imprima", etc.... (R17)**

Multimídia: a internet permite o uso de diversos suportes ao mesmo tempo. Ou convergentes (quando uma matéria tem explícito áudio, texto e vídeo em separado, mas no mesmo espaço) ou integradas - quando esses materiais são fechados num pacote em flash ou HTML5. Assim, considerando que EBC e ABr fazem a cobertura para diversas mídias, **seria importante criar rotinas de aproveitamento desses materiais (R18).** Para tanto, seria necessário estabelecer algumas premissas, tais como:

- nenhuma matéria é publicada sem links e hiperlinks;
- sempre que possível agregar mais de uma foto (uma galeria - algumas .interfaces dispensam, inclusive o tratamento da foto);
- sempre que possível agregar vídeo;
- sempre que possível utilizar infográficos (estáticos ou clicáveis).

Personalização: Além de atender demandas próprias do público, a personalização cria necessidade de criação de vínculos com o público: assim, **seria interessante a adoção de ferramentas tais como RSS (R19)** - que informa ao leitor a publicação de material de seu interesse

ou a adoção de filtros de filtros de interesse - esses também disponíveis em algumas interfaces. **Bem como a utilização das ferramentas sociais como Twitter, Facebook e outras de forma a dar visibilidade ao material produzido pela ABr. (R20)**

Para o desenvolvimento de uma cultura online na Agência Brasil **são necessárias mudanças nas rotinas produtivas:**

1) Reportagem: deve-se ter em conta que a internet permite o uso simultâneo de áudio, texto, vídeos e fotos (não há restrição espacial).

2) Edição: o tratamento de um material online é diferenciado. Passa pela escritura do textos à edição dos outros materiais. O que é recomendável:

- texto: escrito na forma de *chunks* - ou parágrafos informativos. Todos os parágrafos "conversam" com a manchete e linha de apoio. O modelo é o portal de notícias G1, que segue à risca essa estrutura. Isso não significa abandonar o *lead* e a estrutura da notícia. Mas, sim, a produção de um texto mais "seco". **(R21)**

- fotos: de novo, não temos o "espaço geográfico". As fotos podem ser apresentadas em galerias abertas (como em The Big Picture, do Boston Globe) ou fechadas (no UOL); **(R22)**

- entrevista: não importando a modalidade (áudio, texto ou vídeo), a entrevista pode se constituir de uma lista de perguntas e, em cada, o leitor escolhe a pergunta e resposta que deseja (princípio da não linearidade); **(R23)**

Há que se notar ainda que o Arquivo de Notícias no site da ABr é pouco funcional. Faltam matérias referentes a várias datas, e a página é pouco atualizada (até o final de março passado, não havia nenhuma postagem referente a 2012). Ao se clicar em uma das datas disponíveis, o usuário é levado a uma página genérica com todas as matérias publicadas no mesmo dia, sem uma divisão por editorias – o que dificulta ainda mais o trabalho de pesquisa e localização de notícias antigas. **Recomenda-se uma reestruturação do Arquivo, com um sistema de busca específico para esta área e uma atualização automática de matérias publicadas no portal (R24).**

6.3 Recomendações para os processos jornalísticos

A partir do diagnóstico apresentado, é possível relacionar algumas medidas capazes de contribuir para aperfeiçoar o processo de produção jornalística da EBC/ABr. As sugestões apresentadas, entretanto, se dividem em dois grupos: imediatas/operacionais e estratégicas/médio e longo prazos.

As medidas imediatas/operacionais são quatro.

Em relação à produção de pauta, **pode ser estudado e discutido junto à equipe responsável pela produção do agendão, uma sistemática de operação que concilie a atenção aos assuntos factuais**, trabalhados dentro do ciclo de 24 h de produção, **com a cobertura de assuntos temáticos**, que requeiram maior profundidade e abordagem diferenciadas, para pesquisa e elaboração de pauta em ciclos semanais **(R25)**. As origens para essas pautas podem ser, por exemplo, o Plano Plurianual do GF e o acompanhamento das ações estratégicas para o país no longo prazo, a lei do orçamento anual (suas prioridades e sua execução), a pauta dos conselhos nacionais das diversas áreas (cujos membros, representantes da sociedade civil, podem ajudar na diversificação das fontes), o desdobramento de pesquisas produzidas por órgãos como IBGE, Ipea, FGV, para além do mero factual produzido no lançamento dos resultados, entre outras possibilidades. Essa medida, que estabelece como requisito básico “pautas temáticas para assuntos em profundidade”, deve vir acompanhada com a definição do indicador “número de pautas por semana” e de um padrão a ser alcançado, por exemplo, de cinco pautas por semana.

Também de forma imediata **pode ser feito um estudo interno para redesenhar a divisão das editorias e a distribuição de repórteres por locais de cobertura (R26)**. Essa medida, obviamente, visa a editoria de Economia, e está condicionada à aceitação de que a ênfase dada à área tem sido demasiada. Essa percepção seria fundamentada na existência da editoria atualmente, no volume de conteúdo produzido na rubrica Economia e na avaliação de que esse conteúdo, marcadamente constituído pelo noticiário de índices e indicadores econômicos, é desproporcional em relação a assuntos igualmente ou mais relevantes ligados às áreas de Educação e Saúde, por exemplo. Tal medida poderia inclusive rever a distribuição de repórteres pelos bancos estatais e MF. Além claro, de rever o peso de pautas de índices econômicos para as praças de Rio e São Paulo. Esse tipo de conteúdo é produzido significativamente por outros veículos da imprensa, e não constitui um diferencial possível da EBC/ABr no cenário noticioso nacional. O diferencial poderia ser alcançado justamente remanejando a estrutura usada para esta área na busca de um novo espaço de cobertura.

Tal estudo pode inclusive ser feito também para o redesenho da editoria de Política (R27), cuja concepção de “política” está restrita aos ambientes do Congresso Nacional e do Palácio do Planalto. Tal situação faz com que os temas que repercutam na agenda dessas instâncias ganhem também repercussão no noticiário, resultando numa quantidade de matérias desproporcional à relevância dos fatos noticiados.

Uma medida também imediata poderia ser a **solicitação junto a Sucom para implementar a ferramenta de relatórios para as rubricas (R28)**. Esta medida permitiria aos

gestores, a cada edição ou período de tempo especificado, ter uma visão do resultado produzido pela agência. O monitoramento regular desses indicadores poderia, aos poucos, levar a equipe a buscar um maior equilíbrio entre as rubricas. Aqui, está uma **recomendação implícita** para a aproximação entre as equipes de jornalismo da ABr e de desenvolvimento da Sucom. **Estas equipes precisam se conhecer mutuamente (R29)**, pois o jornalismo requer, cada vez mais, maior capacidade de diálogo entre os profissionais das duas áreas.

Associado ao relatório de rubricas, o **sistema poderia gerar também relatório de retranca** (caso seja utilizado esse recurso no publicador) e **relatório de palavras-chave** (recurso disponível no sistema e visível na página) **(R30)**. A disponibilização desses relatórios permitiria igualmente uma visão interna à equipe sobre um perfil simples, mas útil, da cobertura feita a fim de gerar uma cultura inicial de avaliação do trabalho. Para ser implementada de forma minimamente eficaz, **seria necessário uma revisão das palavras-chave usadas, a fim de gerar uma nova categorização**, sistematizada de forma a satisfazer alguns requisitos e indicadores desejáveis pela EBC/ABr. **(R31)**

A fim de iniciar também uma cultura de registro dos processos decisórios, **cada grupo de decisores deveria vincular a cada item de documento gerado por ele um ou dois valores-notícias e critérios editoriais aplicáveis (R32)**. Por exemplo: se há, hipoteticamente, uma sugestão de pauta “ministro nega denúncia”, o responsável pela inclusão deveria indicar os critérios que o levaram a incluí-la na lista de pauta: “proeminência” ou “autoridade” (para designar um fato no qual há um ministro de estado envolvido); “novidade” (o que ele pode dizer pode trazer algo novo à discussão); “decisão” (a depender do teor do que foi dito, poderá estar selada a permanência ou a saída do ministro do cargo). Num primeiro momento, **sugere-se esta medida como um exercício para todos os decisores** (desde os envolvidos na primeira versão do agendão até os envolvidos na definição das prioridades) **(R33)**. Esse exercício, se efetivamente cumprido, poderá levar a equipe a conhecer como está aplicando os critérios de decisão editorial e, conseqüentemente, a aperfeiçoar tanto o método quanto os critérios empregados. Isso será decisivo para um passo maior, numa outra dimensão de aperfeiçoamento do processo jornalístico, a definição precisa de um conjunto de requisitos e indicadores de qualidade.

As medidas estratégicas são de médio e longo prazo, isto é, seus resultados só poderão ser vislumbrados em torno de 12 a 36 meses de efetivo trabalho, após os esforços nessa direção terem se iniciado. Além disso, são profundamente dependentes das definições do planejamento estratégico da EBC, em fase de desenvolvimento. Obviamente, se estas medidas forem pensadas em paralelo, podem contribuir para a própria elaboração do PE quanto para o aperfeiçoamento da visão de jornalismo da empresa que poderá estar neste documento.

A primeira medida seria **estruturar a documentação de um conjunto de planos nas dimensões estratégicas, intermediárias e operacionais para a área de jornalismo e outras áreas afins, como a de comunicação multimídia, especificamente, a de desenvolvimento de sistemas (R34)**. Essa documentação, aqui exemplificada exclusivamente para o jornalismo, deveria conter:

f) diretrizes editoriais: documento conciso, de caráter público, para firmar os compromissos públicos do jornalismo da EBC, contendo missão, visão, objetivos, valores e diretrizes editoriais;

g) plano de conteúdo anual: documento técnico de caráter estratégico, fruto de amplo trabalho de pesquisa, capaz de delinear as principais questões conjunturais e temáticas de cada área de cobertura; sua produção requer a consulta a especialistas e ampla pesquisa documental; sua aplicação seria nortear o planejamento de coberturas especiais, edições, produção de pautas e servir como parâmetro de avaliação de qualidade;

h) plano de produção: documento técnico de caráter intermediário, destinado a organizar a gestão do processo jornalístico (distribuição de equipe, definição de cronogramas, caracterização dos produtos, gerencialmente de recursos, etc.), em função dos objetivos estabelecidos nas diretrizes editoriais e no plano de conteúdo anual;

i) plano de trabalho: conjunto de instruções operacionais para cada etapa do processo jornalístico, a partir dos planos anteriormente citados.

Tais planos, sobretudo os três últimos, são de natureza conceitual. Eles expressam uma previsão de documentos capazes de permitir a gestão dos processos jornalísticos. Não há um modelo rígido no qual devam ou possam estar formatados, mas uma estrutura desejável que permita atender a requisitos básicos de uma gestão voltada para a qualidade.

A partir dos planos acima, ao mesmo tempo em que concorrem para a sua elaboração, **deveriam ser desenvolvidos e sistematizados um conjunto de requisitos, indicadores e padrões jornalísticos para a EBC/ABr (R35)**. Um minucioso estudo realizado a partir de documentos legais, estatutários e regimentais, do planejamento estratégico da empresa, das agendas pública e política, de estudos e documentos de referência jornalística, entre outras fontes, poderia gerar um quadro de referências essenciais a uma política de qualidade para a EBC/ABr. Na prática, seria viabilizada a implementação de um sistema de avaliação de resultados, a partir dos requisitos, indicadores e padrões elaborados, que poderiam ser agrupados em quatro categorias: relevância, editoriais, segurança da informação e éticos.

As ações estratégicas acima apresentadas não se viabilizam sem o **desenvolvimento de um sistema informatizado de gestão do conhecimento para o jornalismo da EBC/ABr (R36)**. Tal

sistema, cujos requisitos seriam extraídos dos planos, dos requisitos e dos indicadores jornalísticos, permitiria dispor de uma ferramenta essencial para viabilizar atividades de produção noticiosa e, ao mesmo tempo, monitorar seus resultados. Para além de todo o esforço já empreendido de viabilizar a convergência de mídias, já em andamento pela empresa, o esforço aqui demandado é no sentido de incorporar sistemas informatizados para gerir o fluxo do processo jornalístico, da pauta à edição, além dos registros e indicadores estabelecidos para o processo.

As soluções estratégicas aqui apontadas não existem prontas para a EBC/ABr. Elas só poderão ser empreendidas se **a empresa adotar uma postura voltada à Pesquisa e Inovação**, isto é, **assumir a responsabilidade de desenvolver e criar os meios para viabilizar os resultados pretendidos (R37)**. Na medida em que a empresa se alinhe a esta direção, ela poderá estar dando um passo importante para a renovação dos fundamentos de gestão e produção jornalísticas orientadas à qualidade. Como resultado, a sociedade brasileira teria uma empresa pública mais transparente em relação ao conteúdo jornalístico que produz, porque apta a demonstrar o efetivo cumprimento dos princípios e diretrizes afirmados a partir dos procedimentos de avaliação internamente implantados.

Outras três recomendações mais amplas devem estar no horizonte de preocupação de gestores e funcionários da Agência Brasil e contagiar outros canais da EBC: a EBC/ABr **poderia criar um grupo de trabalho permanente para reflexão sobre a qualidade editorial** na empresa, que teria como ponto de partida, entre outros documentos, o presente estudo, a fim de atuar na elaboração e implantação de um sistema de gestão da qualidade editorial, além de revisá-los periodicamente **(R38)**; as cúpulas diretivas devem **implementar sistemáticas de debate público dessas bases editoriais com os setores organizados da sociedade**, seja através de audiências públicas, fóruns ou coletivos **(R39)**; **os atos desta natureza devem ser publicizados, seja através de anúncios, campanhas educativas ou afins** de maneira a fazer circular na sociedade o entendimento de que comunicação pública é um assunto que interessa a todos **(R40)**.

Ficam registrados neste relatório o rol das recomendações feitas pela equipe de pesquisa. A concordância dos gestores e a consequente conversão dessas sugestões em ações efetivas é uma prerrogativa que não cabe aos pesquisadores, mas aos responsáveis por este projeto que culmina com a implantação e o fortalecimento de um sistema público de comunicação, voltado ao cidadão.

A equipe de pesquisa conclui seu trabalho nesta sistematização, agradecendo a oportunidade de conhecer de tão perto a realidade da ABr, e se coloca à disposição para dirimir eventuais dúvidas deste relatório e a executar estudos derivados deste.

7. Referências Bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia L. “Jornalismo Online: Em busca do tempo real”. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 25, 2002, Salvador. São Paulo: Intercom, 2002. CD-ROM.

ANDRADE, Antônio Luís L. **Avaliação heurística de usabilidade de interfaces no jornalismo online: um estudo de caso do JB online**. 2005. 181 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

BALDESSAR, Maria José; ANTUNES, Thomas Michel; ROSA, Gabriel Luis. “Hipertextualidade, multimídia e interatividade: três características que distinguem o Jornalismo Online”. **Anais do III Congresso da Associação Nacional dos Pesquisadores de Cibercultura**. Disponível em: www.abciber.org.br. Acesso em 08 de fevereiro de 2009.

BARBARÁ, Saulo (Org.). **Gestão por processos: fundamentos, técnicas e modelos de implementação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Quality mark, 2006. p. 89-140.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: O caso dos portais regionais, com estudo sobre o Uai e o Ibahia**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_barbosa_dissertacao_mestrado.zip. Acesso em: 04 fev. 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BREED, Warren. “Controle social na redação. Uma análise funcional”. In.: Traquina, Nelson. *Jornalismo*. Questões, teoria e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993: (152-166).

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a Guerra entre a Chapa-branca e o Direito à Informação no Primeiro Governo Lula**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

CANAVILHAS, João. **Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW**. Covilhã, 2007.

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.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de. **Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores**. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 6, novembro de 2010

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4ª edição, revista e ampliada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 411p.

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

DEAK, André. **Novos Jornalistas do Brasil: casos de processos emergentes do jornalismo na**

internet. Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em: < <http://issuu.com/andredeak/docs/mestradoeca>>. Acesso em: 04 fev. 2012.

DUBE, Jonathan. “Online storytelling forms”. In: **Cyber Journalist**. 2002. Disponível em: <www.cyberjournalist.net/storyforms.htm>. Acesso em 16 de março de 2012.

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

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

GUERRA, *Josenildo* Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial**. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 5, novembro de 2010

Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília: Unesco, 2010. 80 p. SÉRIE Debates CI

INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus/Intervozes, 2009

LANDOW, George P. **Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Barcelona: Paidós, 1995.

MACIEL, Cristiano; NOGUEIRA, José Luis T.; CIUFFO, Leandro Neumann; Garcia, Ana Cristina Bicharra. “Avaliação heurística de sítios na web”. In: **VII Escola de Informática do SBC – Centroeste, Cuiabá. SUCESU-MT. 2004**. Disponível em: <[http://200.169.53.89/download/CD %20congressos../2004/Sucesu/tut_teor/avaliacaoheuristicaERI.PDF](http://200.169.53.89/download/CD%20congressos../2004/Sucesu/tut_teor/avaliacaoheuristicaERI.PDF)>.

McQUAIL, Denis. **Atuação da mídia**. Porto Alegre: Penso, 2012

MENDES, Oswaldo Ferreira. Sistemas de gestão da qualidade: foco nos requisitos da ISO 9000: 2008. IN: MIRANDA, Rafael de Carvalho, DIAMANTINO, Simone Rennó e SOUZA , Luiz Gonzaga Mariano de. *Análise dos indicadores de qualidade de duas empresas do setor automobilístico*. In.: *Revista P&D em Engenharia de Produção* V. 07 N. 01 (2009) p. 64-75. Disponível eletronicamente em www.revista-ped.unifei.edu.br Acesso em 29 nov 2009.

MOREIRA, Daniel Augusto e QUEIROZ, Ana Carolina (org.). **Inovação organizacional e tecnológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.(p. 1-22)

MOREIRA, Daniel Augusto e QUEIROZ, Ana Carolina. “Inovação: conceitos fundamentais”. In.: MOREIRA, NORRIS, Pippa, ODUGBEMI, Sina. “The Roles of the News Media in the Governance Agenda: Watch-dogs, Agenda-Setters, and Gate-Keepers”. In.: Harvard University-World Bank workshop on “*The Role of the News Media in the Governance Agenda: Watch-dog, Agenda-setter, and Gate-keeper.*” 29-31st May 2008. Disponível em <http://issuu.com/internews/docs/mediamatters?mode=embed&documentId=080307235258-86879280152d4cd485010c7d3a09c955&layout=grey> Acesso em 25 mar 2009.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NIELSEN, Jakob. **Usability engineering**. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers, Inc., 1993.

PALACIOS, Marcos. *Jornalismo online: apontamentos para debate*. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em 21/09/2004.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RODRIGUES, Fabiano, MUSSO, Rosária de Fátima S. M. “Heurísticas e vieses”. In.: YU, Abraham S. O. (Org.) *Tomada de decisão nas organizações: uma visão multidisciplinar*. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 79-108

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**. São Paulo: Unesp, 2011

ROTHBERG, Danilo. **Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos Indicadores para o Desenvolvimento da Mídia da Unesco**. Brasília, Unesco: Debates CI Unesco, nº 4, novembro de 2010

SALAVERRÍA, Ramón. “Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental”. In: **Estudios sobre el mensaje periodístico**, num. 7. Madrid: Universidad Complutense, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: O perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004. 192 p. (Comunicação).

SLACK, Nigel, CHAMBERS, Stuart e JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 2 ed. Tradução de Maria Teresa Corrêa de Oliveira e Fábio Alher. Revisão Técnica de Henrique Luiz Corrêa. São Paulo: Atlas, 2007. 747 p. 53

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 2ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992.

Fontes documentais

ABNT NBR ISO 9000:2005. *Sistemas de Gestão da Qualidade – Fundamentos e vocabulário*.

ABNT NBR ISO 9001:2008. *Sistemas de Gestão da Qualidade – Requisitos*.

Brasil. Decreto nº 6.689, de 11 de dezembro de 2008. *Aprova o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC e revoga o art. 4º do Decreto nº 6.246, 24 de outubro de 2007*.

Brasil. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. *Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências*.

CONSELHO CURADOR - EBC. Dispõe sobre a aprovação do Plano de Trabalho 2012. Resolução N° 01/2012, de 8 de fevereiro de 2012.

MANUAL DE JORNALISMO da Empresa Brasil de Comunicação. Brasília, 2011.

PLANO DE TRABALHO – 2102. Empresa Brasil de Comunicação. Brasília, 2012.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES – 2011. Empresa Brasil de Comunicação. Brasília, 2012.

Apêndices

APÊNDICE A – Questionários aplicados a três estratos diferentes de respondentes para obtenção de dados do funcionamento da Agência Brasil

EIXO 1: Gestores da EBC e da ABr

Responsabilidade da Direção

São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?	SIM/NÃO
A ABr cumpre estritamente o que está previsto na legislação que afeta seu negócio?	SIM/NÃO
A ABr considera os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial em suas práticas administrativas?	SIM/NÃO
A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?	SIM/NÃO
A ABr aceita que a transparência de propósitos institucionais reforça a credibilidade das informações disseminadas pelo veículo?	SIM/NÃO
Há uma política de divulgação de documentos internos não sujeitos à confidencialidade corporativa?	SIM/NÃO
Os processos de tomada de decisão da ABr são transparentes para os grupos de interesses internos e externos?	SIM/NÃO
A mesma idéia de transparência é comum às áreas editorial, industrial e administrativa?	SIM/NÃO
A agência submete sua circulação/audiência a auditoria externa?	SIM/NÃO
Usa regulamente pesquisas de opinião para avaliar o grau de satisfação/insatisfação da audiência com o seu produto?	SIM/NÃO
As informações obtidas nos serviços de atendimento ao consumidor são utilizadas em processos de melhoria da qualidade da ABr?	SIM/NÃO
A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?	SIM/NÃO
Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?	SIM/NÃO
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?	SIM/NÃO
Os valores corporativos reconhecem como relevantes interesses e demandas dos consumidores de produtos e serviços?	SIM/NÃO
A ABr se submeteria à avaliação de uma entidade certificadora de qualidade de empresas jornalísticas? [Em caso negativo, justifique]	SIM/NÃO [+JUST.]

Estratégias e planos

A política de qualidade assegura que as necessidades e expectativas dos públicos de interesse da ABr (<i>stakeholders</i>) sejam consideradas?	SIM/NÃO
A política de qualidade é reavaliada periodicamente?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?	SIM/NÃO
Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?	SIM/NÃO

Informações e conhecimento

A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?	SIM/NÃO
A diretoria executiva é explicitamente comprometida com a qualidade das informações produzidas pela organização? Justifique.	SIM/NÃO [+JUST.]
Há um Conselho Editorial institucionalizado?	SIM/NÃO

A audiência e a sociedade

Acompanha e considera as pesquisas acadêmicas sobre seu desempenho editorial e papel social?	SIM/NÃO
Tem por norma acompanhar as boas práticas e as experiências internacionais do setor?	SIM/NÃO

Monitoramento e gerência da qualidade

A ABr tem divisão, departamento, profissional específico, unidade ou grupo de trabalho para cuidar da gestão da qualidade do jornalismo que produz?	SIM/NÃO
Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?	SIM/NÃO
Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da AB com o governo, seu mantenedor?	SIM/NÃO

Recursos humanos

A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?	SIM/NÃO
Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?	SIM/NÃO
Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?	SIM/NÃO
Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?	SIM/NÃO
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?	SIM/NÃO
Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?	SIM/NÃO
Promove regularmente seminários internos sobre temas gerais da cobertura jornalística?	SIM/NÃO
Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?	SIM/NÃO
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?	SIM/NÃO
A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?	SIM/NÃO
Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?	SIM/NÃO

Política editorial e inovação

As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?	SIM/NÃO
As equipes são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?	SIM/NÃO

Relacionamento com o governo e possíveis anunciantes

A ABr tem política conhecida e publicada sobre a publicidade oficial?	SIM/NÃO
A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial?	SIM/NÃO
Realiza pesquisa para medir a satisfação do governo/mantenedor?	SIM/NÃO

EIXO 2: Editores/Chefes das redações da ABr

Responsabilidade da Direção

São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?	SIM/NÃO
A ABr considera os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial em suas práticas administrativas?	SIM/NÃO
A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?	SIM/NÃO
Os processos de tomada de decisão da AB são transparentes para os grupos de interesses internos e externos?	SIM/NÃO
A mesma idéia de transparência é comum às áreas editorial, industrial e administrativa?	SIM/NÃO
A ABr respeita o direito de filiação sindical dos seus jornalistas?	SIM/NÃO
A equipe é claramente informada sobre seus deveres e responsabilidades?	SIM/NÃO
A equipe é claramente informada sobre seus direitos contratuais?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre a política de recrutamento?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre os critérios de avaliação de desempenho?	SIM/NÃO
As informações obtidas nos serviços de atendimento ao consumidor são utilizadas em processos de melhoria da qualidade da ABr?	SIM/NÃO
A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?	SIM/NÃO
Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?	SIM/NÃO
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?	SIM/NÃO
Os valores corporativos reconhecem como relevantes interesses e demandas dos consumidores de produtos e serviços?	SIM/NÃO
A ABr tem padrões de excelência reconhecidos no âmbito interno?	SIM/NÃO
Expõe seus compromissos editoriais por meio de documentos de acesso público?	SIM/NÃO
A equipe é informada/consultada antes de alterações importantes da política editorial?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre o orçamento da instituição?	SIM/NÃO
A ABr submete-se a algum mecanismo de certificação de qualidade?	SIM/NÃO
A ABr se submeteria à avaliação de uma entidade certificadora de qualidade de empresas jornalísticas?	SIM/NÃO

Estratégias e planos

A ABr tem uma política de qualidade formalizada ou mesmo subentendida pela equipe jornalística?	SIM/NÃO
A política de qualidade assegura que as necessidades e expectativas dos públicos de interesse da ABr (<i>stakeholders</i>) sejam consideradas?	SIM/NÃO
A política de qualidade é reavaliada periodicamente?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?	SIM/NÃO
Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?	SIM/NÃO

Informações e conhecimento

É claro para a Redação que o compromisso do veículo é com a sociedade e não com suas fontes de informação?	SIM/NÃO
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações privilegiadas, em especial na cobertura de assuntos econômicos?	SIM/NÃO
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações reservadas atinentes à segurança nacional?	SIM/NÃO
A verificação das informações junto a fontes primárias é prática corriqueira da equipe?	SIM/NÃO
A direção de Redação recomenda a contextualização dos dados apurados no processo de produção das matérias?	SIM/NÃO
A ABr respeita e abre espaço editorial para o direito de resposta?	SIM/NÃO
Há espaço para textos opinativos e comentários?	SIM/NÃO
A informação veiculada reflete de maneira equitativa a pluralidade de pontos de vista representados na sociedade? Explique.	SIM/NÃO [+JUST.]
Normas sobre a cobertura jornalística destacam explicitamente a necessidade de a apuração garantir pluralidade de fontes, inclusive de grupos marginalizados?	SIM/NÃO
A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?	SIM/NÃO
A diretoria executiva é explicitamente comprometida com a qualidade das informações produzidas pela organização?	SIM/NÃO
A orientação editorial encoraja a imparcialidade nas matérias jornalísticas?	SIM/NÃO
A orientação editorial considera o respeito à dignidade, privacidade e integridade dos indivíduos no processo de produção jornalística?	SIM/NÃO
Tem mecanismos reconhecidos para proteger a Redação de pressões internas e externas?	SIM/NÃO
O jornalista compartilha com sua chefia a identidade da eventual fonte anônima?	SIM/NÃO
Existe mecanismo de coleta e processamento de sugestões e de críticas internas relativas à linha editorial?	SIM/NÃO
Há um Conselho Editorial institucionalizado?	SIM/NÃO
Há mecanismos de monitoramento e avaliação da produção jornalística com base em	SIM/NÃO

política editorial conhecida pela Redação?	
Avalia regularmente os erros editoriais cometidos e toma providências para sanar seus efeitos?	SIM/NÃO
Há procedimento padrão para a correção de erros de informação e impropriedades veiculados no produto jornalístico?	SIM/NÃO
Há normas para o tratamento de informação gerada por assessorias de imprensa e/ou de comunicação?	SIM/NÃO
A ABr aceita que seus jornalistas recorram à cláusula de consciência para recusar alguma tarefa?	SIM/NÃO

A audiência e a sociedade

Há espaços institucionais que promovam o contato dos jornalistas com seus leitores/audiência?	SIM/NÃO
Há um Conselho de Leitores?	SIM/NÃO
O veículo jornalístico tem interesse em publicar cartas e opiniões dos leitores/audiência?	SIM/NÃO
Acompanha e leva em consideração o monitoramento de sua produção editorial por parte da cidadania e de observatórios independentes?	SIM/NÃO
Acompanha e considera as pesquisas acadêmicas sobre seu desempenho editorial e papel social?	SIM/NÃO
Tem por norma acompanhar as boas práticas e as experiências internacionais do setor?	SIM/NÃO

Monitoramento e gerência da qualidade

A ABr tem divisão, departamento, profissional específico, unidade ou grupo de trabalho para cuidar da gestão da qualidade do jornalismo que produz?	SIM/NÃO
Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?	SIM/NÃO
Documentos e registros são usados no apoio à operação jornalística da organização?	SIM/NÃO
Os documentos são claros na definição de pontos de controle da qualidade de processos e de produtos?	SIM/NÃO
Existe um Manual de Qualidade?	SIM/NÃO
Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da ABr com o governo, seu mantenedor?	SIM/NÃO

Recursos humanos

A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?	SIM/NÃO
Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?	SIM/NÃO
Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?	SIM/NÃO

Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?	SIM/NÃO
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?	SIM/NÃO
Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?	SIM/NÃO
Promove regularmente seminários internos sobre temas gerais da cobertura jornalística?	SIM/NÃO
Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?	SIM/NÃO
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?	SIM/NÃO
Provê segurança adequada a jornalistas que atuam em áreas de risco?	SIM/NÃO
A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?	SIM/NÃO
Os prazos de execução das atividades de reportagem e redação e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc.) são suficientemente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística?	SIM/NÃO
Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?	SIM/NÃO

Política editorial e inovação

A pauta jornalística considera a missão e visão da ABr, na perspectiva de servir à cidadania e ao interesse público?	SIM/NÃO
A pauta jornalística esforça-se por acompanhar os movimentos sociais?	SIM/NÃO
Há orientação editorial de garantir espaço para as minorias?	SIM/NÃO
A defesa dos direitos do consumidor é pauta permanente?	SIM/NÃO
A política editorial define de forma clara os critérios de qualidade adotados pela organização?	SIM/NÃO
A política editorial vincula a ética e padrões profissionais de excelência à qualidade jornalística?	SIM/NÃO
A direção de Redação tem compromisso com programas internos de qualidade jornalística?	SIM/NÃO
A direção de Redação estimula a inovação e a criatividade entre seus jornalistas?	SIM/NÃO
As edições jornalísticas são avaliadas total ou parcialmente pelas chefias com as suas equipes?	SIM/NÃO
As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?	SIM/NÃO
As equipes são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?	SIM/NÃO
As chefias estimulam as equipes a experimentarem novos formatos e angulações do conteúdo jornalístico?	SIM/NÃO
A direção de Redação estimula a formação de equipes multidisciplinares para coberturas especiais?	SIM/NÃO

Relacionamento com o governo e possíveis anunciantes

A ABr tem política conhecida e publicada sobre a publicidade oficial?	SIM/NÃO
A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial? Cite eventuais casos.	SIM/NÃO [+JUST.]

EIXO 3: Jornalistas da ABr

Responsabilidade da Direção

São conhecidos e publicados a missão, a visão e os valores da Agência Brasil (ABr)?	SIM/NÃO
A independência editorial é garantida em documento formal e exercida na prática?	SIM/NÃO
Os processos de tomada de decisão da ABr são transparentes para os grupos de interesses internos e externos?	SIM/NÃO
A ABr respeita o direito de filiação sindical dos seus jornalistas?	SIM/NÃO
A equipe é claramente informada sobre seus deveres e responsabilidades?	SIM/NÃO
A equipe é claramente informada sobre seus direitos contratuais?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre a política de recrutamento?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre os critérios de avaliação de desempenho?	SIM/NÃO
A ABr tem um código de ética ou de conduta reconhecido internamente?	SIM/NÃO
Atua de acordo com algum código de ética de entidade profissional ou empresarial?	SIM/NÃO
Seus valores corporativos reconhecem como relevantes os interesses e demandas de funcionários?	SIM/NÃO
A ABr tem padrões de excelência reconhecidos no âmbito interno?	SIM/NÃO
Expõe seus compromissos editoriais por meio de documentos de acesso público?	SIM/NÃO
A equipe é informada/consultada antes de alterações importantes da política editorial?	SIM/NÃO
A equipe é informada sobre o orçamento da instituição?	SIM/NÃO

Estratégias e planos

A ABr tem uma política de qualidade formalizada ou mesmo subentendida pela equipe jornalística?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas da audiência?	SIM/NÃO
Há mecanismos em prática capazes de identificar de forma contínua as necessidades e expectativas dos funcionários?	SIM/NÃO
Há consenso sobre direitos e obrigações nas relações entre os jornalistas e suas chefias?	SIM/NÃO

Informações e conhecimento

É claro para a Redação que o compromisso do veículo é com a sociedade e não com suas fontes de informação?	SIM/NÃO
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações privilegiadas, em especial na cobertura de assuntos econômicos?	SIM/NÃO
A Redação tem normas para o caso de obtenção de informações reservadas atinentes à	SIM/NÃO

segurança nacional?	
A verificação das informações junto a fontes primárias é prática corriqueira da equipe?	SIM/NÃO
A direção de Redação recomenda a contextualização dos dados apurados no processo de produção das matérias?	SIM/NÃO
O veículo abre espaço editorial para a investigação jornalística de longo curso? Se sim, com que frequência?	SIM/NÃO [+INFO.]
As informações incorretas são retificadas com rapidez?	SIM/NÃO
A ABr respeita e abre espaço editorial para o direito de resposta?	SIM/NÃO
Há espaço para textos opinativos e comentários?	SIM/NÃO
A informação veiculada reflete de maneira equitativa a pluralidade de pontos de vista representados na sociedade?	SIM/NÃO
Normas sobre a cobertura jornalística destacam explicitamente a necessidade de a apuração garantir pluralidade de fontes, inclusive de grupos marginalizados?	SIM/NÃO
A organização estimula o consenso em torno da diversidade e da pluralidade como elementos básicos e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico?	SIM/NÃO
A orientação editorial encoraja a imparcialidade nas matérias jornalísticas?	SIM/NÃO
A orientação editorial considera o respeito à dignidade, privacidade e integridade dos indivíduos no processo de produção jornalística?	SIM/NÃO
Tem mecanismos reconhecidos para proteger a Redação de pressões internas e externas?	SIM/NÃO
A linha editorial é conhecida pelos funcionários e demais colaboradores?	SIM/NÃO
Há uma norma editorial de tratamento das fontes anônimas?	SIM/NÃO
Quando o uso das fontes anônimas é inevitável, a audiência é informada dos motivos dessa opção?	SIM/NÃO
O jornalista compartilha com sua chefia a identidade da eventual fonte anônima?	SIM/NÃO
Existe mecanismo de coleta e processamento de sugestões e de críticas internas relativas à linha editorial?	SIM/NÃO
Há normas para o tratamento de informação gerada por assessorias de imprensa e/ou de comunicação?	SIM/NÃO
A ABr aceita que seus jornalistas recorram à cláusula de consciência para recusar alguma tarefa?	SIM/NÃO

A audiência e a sociedade

Há espaços institucionais que promovam o contato dos jornalistas com seus leitores/audiência?	SIM/NÃO
Acompanha e leva em consideração o monitoramento de sua produção editorial por parte da cidadania e de observatórios independentes?	SIM/NÃO

Monitoramento e gerência da qualidade

Estabelece critérios, realiza medições ou patrocina ações para aprimorar processos internos de produção jornalística?	SIM/NÃO O
Existe um Manual de Qualidade?	SIM/NÃO O

Existe uma norma interna conhecida que regula a relação da ABr com o governo, seu mantenedor?	SIM/NÃO
---	----------------

Recursos humanos

A ABr tem políticas para proteger a saúde e a segurança de seu pessoal?	SIM/NÃO
Os profissionais vinculados à organização jornalística têm acesso a programas internos de capacitação?	SIM/NÃO
Tem a ABr programas regulares de qualificação de seus jornalistas?	SIM/NÃO
Provê condições para que seus jornalistas se aperfeiçoem em diferentes disciplinas?	SIM/NÃO
Tem plano de carreira que contempla as especificidades das funções do jornalista?	SIM/NÃO
Mantém a ABr programa de treinamento e qualificação dirigidos a egressos de cursos superiores de Jornalismo?	SIM/NÃO
Promove regularmente seminários internos sobre temas gerais da cobertura jornalística?	SIM/NÃO
Apóia a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional?	SIM/NÃO
A ABr dá apoio jurídico aos seus jornalistas processados em razão de matérias jornalísticas?	SIM/NÃO
Provê segurança adequada a jornalistas que atuam em áreas de risco?	SIM/NÃO
A Redação dispõe de tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento para usá-las com eficiência?	SIM/NÃO
Os prazos de execução das atividades de reportagem e redação e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc.) são suficientemente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística? Em caso negativo, explique.	SIM/NÃO [+EXPL.]
Os jornalistas conseguem atender de maneira satisfatória a demanda diária de produção?	SIM/NÃO

Política editorial e inovação

A pauta jornalística considera a missão e visão da ABr, na perspectiva de servir à cidadania e ao interesse público?	SIM/NÃO
A pauta jornalística esforça-se por acompanhar os movimentos sociais?	SIM/NÃO
Há orientação editorial de garantir espaço para as minorias?	SIM/NÃO
A defesa dos direitos do consumidor é pauta permanente?	SIM/NÃO
A política editorial define de forma clara os critérios de qualidade adotados pela organização?	SIM/NÃO
A direção de Redação tem compromisso com programas internos de qualidade jornalística?	SIM/NÃO
A direção de Redação estimula a inovação e a criatividade entre seus jornalistas?	SIM/NÃO
As edições jornalísticas são avaliadas total ou parcialmente pelas chefias com as suas equipes?	SIM/NÃO
As equipes têm seu desempenho avaliado regularmente?	SIM/NÃO
As equipes são estimuladas a utilizar ferramentas de auto-avaliação?	SIM/NÃO
As chefias estimulam as equipes a experimentarem novos formatos e angulações do	SIM/NÃO

conteúdo jornalístico?	
A direção de Redação estimula a formação de equipes multidisciplinares para coberturas especiais? Exemplifique.	SIM/NÃO [+EX.]

Relacionamento com o governo e possíveis anunciantes

A ABr permite alguma influência do governo no conteúdo editorial? Cite eventuais casos.	SIM/NÃO [+CITAR]

APÊNDICE B - Roteiro de perguntas para entrevista com Ricardo Negrão, responsável pela Superintendência de Comunicação Multimídia (Sucom)

Quando o site foi lançado, e de que forma ele foi concebido?

Qual era a proposta inicial do site?

Qual é o público alvo da publicação? O site nasceu com a pretensão ser um portal de notícias, ou ser uma fonte para as notícias de outros veículos?

*Dependendo da resposta: O fato do Agência Brasil servir de fonte à “imprensa” modifica o layout pensado para o site?

Qual é a plataforma que vocês usam? (Joomla, Wordpress...)

O site da Agência Brasil não dispõe de atualização em tempo real automática, sendo preciso que o usuário atualize o seu próprio navegador para que tenha acesso as notícias mais recentes. Isto foi pensado ou se deve a algum tipo de dificuldade técnica?

Com tantas possibilidades do uso de diferentes mídias na internet, porque a Agência Brasil online ainda trabalha com o convencional texto + foto? Ainda há problemas em trazer o vídeo, o áudio, ou outras plataformas para o portal?

Como a agência Brasil tem aproveitado as possibilidades e os recursos do HTML5? * Se a agência não faz uso do HTML5, tem planos para passar a utilizar?

Existe algum setor ou equipe responsável pela composição (do layout) do site na Agência? (ou é um serviço terceirizado?)

Quantas pessoas trabalham na produção e manutenção da “estrutura” do site?

Os responsáveis pelo site são ligados à área do jornalismo? Do design? Do webdesign?

Como é feita uma modificação no visual ou na acessibilidade do site? Qual o processo?

É feito algum tipo de levantamento ou pesquisa antes de se mudar algo?

Houve grandes mudanças no site desde que foi ao ar a primeira vez? Por quê?

Durante a coleta de dados observamos algumas alterações no site, como a criação da seção “notícias do mesmo dia” abaixo da seção “últimas notícias” visualizada ao acessar uma matéria; e a seção “últimas fotos” apresentadas ao acessar alguma editoria. Essas mudanças foram feitas com base em alguma pesquisa? Quais foram os critérios utilizados para essas alterações?

No site ainda existem links para serviços desatualizados: Como por exemplo, no topo da página onde há um hiperlink “serviços para celular”, e o serviço disponível é a “apuração das eleições de 2010”. Quando foi a última revisão do site em relação a este tipo de erro?

Nas matérias postadas no site da agência Brasil existem poucos hipertextos e/ou hiperlinks. É uma escolha editorial? Ou é algo não planejado? Ou a plataforma do site não permite? E porque a função mouse-over não é utilizada?

Quantas pessoas seriam necessárias para se realizar o projeto inicial perfeitamente?

Como são feitas e discutidas as pautas da redação?

Existe uma preparação dos profissionais (jornalistas) para pensarem na publicação online? Como é essa orientação?

Como é o fluxo de produção da notícia? (Nomes de cargos e funções)

Nas Mídias e Redes Sociais, uma empresa pode ganhar prestígio, reunindo rapidamente seguidores e disseminadores das suas idéias, produtos, serviços. Existe, ou vocês pretendem criar o cargo de Gestor de mídias?

No expediente do site, também não está discriminado o editor de multimídia, a agência pretende criar esse cargo? Atualmente quem cumpre a função de editor do site? (Quem decide o que entra ou não, o que deve ter foto, vídeo, etc)?

Existem medidores que controlam o fluxo de entrada de visitantes?

Ao final da matérias postadas, há mais de 50 opções de compartilhamento. Existe um controle ou medição do uso dessas ferramentas? Como isso é feito: E como usam isso para melhorar o site?

Não existe formulários de comentários de leitores após as postagens. O que existe é um link “fale com a ouvidoria”, onde o usuário pode enviar seu comentário. Isso foi proposital? (Como foi pensado isso, em termos de facilitar o acesso do usuário?)

Como é o *feedback* sobre o site? Que tipo de respostas os usuários costumam dar?

Na ferramenta de busca da galeria de fotos, os links de cada galeria não apresentam a data de publicação, apenas ao entrar na galeria, o que acaba dificultando a busca de fotos através de datas. Isso é proposital?

Além disso, no slide show de fotos da página principal, não existe legenda ou indicação de qual matéria cada foto pertence. Por quê isso acontece?

Ainda sobre a questão das fotos, nas matérias em que há produção fotográfica, ao acessar a postagem apenas uma foto é visualizada, e não há link desta foto para a galeria dela mesma. Isso é proposital?

Quais os princípios para a publicação de uma reportagem especial? O que não pode faltar nesse tipo de postagem?

Para esse tipo de pacote informativo, existe alguém responsável para planejar a navegabilidade ou que construa o storyboard do especial?

Como é o contato dos responsáveis pela Agência com outros veículos da EBC?

Há matérias produzidas fora da EBC que veiculam no Agência Brasil?

APÊNDICE C – Documentos de referência editorial

Em negrito, referência a novos documentos;

Em itálico, referência a requisitos

Diretrizes	Documentos da EBC de Referência	
	Lei 11.652/2008 (Cria a EBC) Decreto 6.689/2008 (Estatuto EBC) Regimento Interno	Novo Manual de Jornalismo
Estratégias e Planos	“Art. 32. São atribuições do Diretor de Jornalismo: VIII – elaborar os planos estratégicos para a política de jornalismo da empresa , subsidiando a elaboração dos planos estratégicos da empresa ” (Regimento Interno EBC);	Seção 7 - Estratégias para a Qualidade (p. 39-43)O Novo Manual de Jornalismo, conforme ele mesmo informa, é o Plano Editorial para toda a área de Jornalismo da EBC : “Este Manual contém o equivalente ao Plano Editorial da EBC ”. A partir dele, determina que “Cada programa jornalístico deve construir o seu [Plano Editorial] e, de agora em diante, a implantação de cada novo produto será precedida do respectivo plano editorial ”. (p. 40)

	Documentos da EBC de Referência	
<p>Audiência e Diretrizes sociedade</p>	<p>- Referência difusa à sociedade através do Art 2 (que trata dos <i>princípios</i>) e Art 3. (que trata dos <i>objetivos</i>) (Lei 11.652/2008 – Lei cria a EBC);</p> <p>- Referência difusa à sociedade através do Art 2 (que trata dos <i>princípios</i>) e Art 3. (que trata dos <i>objetivos</i>) (Decreto 6.689/2008 - Estatuto EBC);</p> <p>- “Art. 20. A EBC contará com 1 (uma) Ouvidoria, [...] a quem compete exercer a crítica interna da programação por ela produzida ou veiculada, <i>com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública</i>, bem como examinar e opinar sobre as <i>queixas e reclamações de telespectadores e rádioouvintes referentes à programação</i>”.(Lei 11.652/2008 – Lei cria a EBC);</p> <p>- “Art. 32. A EBC disporá de uma Ouvidoria, [...] a qual compete: I - <i>oferecer canais de comunicação com os telespectadores e rádioouvintes, assegurando-lhe o direito à crítica e a sugestões</i> sobre o conteúdo e a programação da EBC; e II - enviar resposta fundamentada aos telespectadores e rádio-ouvintes, [...]” Decreto 6.689/2008 - Estatuto EBC);</p> <p>- “Art. 17. A Ouvidoria tem competência [...]: I - implantar e coordenar o funcionamento do serviço de <i>atendimento aos cidadãos usuários do serviço público de comunicação</i>, acolhendo dando encaminhamento a suas reclamações, críticas ou sugestões, [...]” (Regimento Interno EBC);</p> <p>- Art. 31. Compete à Diretoria de Jornalismo: [...] III–<i>tratar as políticas públicas de interesse da população</i> na programação jornalística dos veículos públicos da EBC, <i>debatendo-as e esclarecendo-as, contribuindo para ampliar o acesso à informação e a formação crítica do cidadão</i>; IV–<i>promover o debate de temas e assuntos de interesse nacional</i>, observando o grau de <i>pluralidade política, social e ideológica</i> da sociedade brasileira; [...] VI – <i>buscar a participação da sociedade na formulação da agenda orientadora do jornalismo praticado pelos canais da EBC</i>, valendo-se dos recursos de interatividade disponíveis para estimular esta participação; (Regimento Interno EBC);</p>	<p>- “<i>Foco no cidadão</i>- o jornalista da EBC <i>deve se colocar no lugar do cidadão</i> a cada matéria, cada entrevista, cada programa que faz”. (p. 8);</p> <p>- “<i>Foco do cidadão</i> - os veículos da EBC devem <i>servir-se cotidianamente dos canais de comunicação da sociedade com a empresa para alimentar a sua pauta jornalística, orientar seu planejamento e parte de suas ações estruturadoras</i>”. (p. 9)</p> <p>- Dentre esses canais citados no item acima, “<i>destacam-se o Conselho Curador [...], a Ouvidoria, [...] e os meios mais rotineiros e tradicionais, como os e-mails e os telefonemas</i>. Outra fonte que deve integrar esse painel orientador são <i>os conteúdos postados em redes sociais. O contato dos profissionais com a população e as pesquisas de opinião [...] compõem o conjunto de instrumentos de influência do cidadão sobre o jornalismo da EBC. Ele sugere, critica, demanda e é recebido pelos veículos da empresa como um diferencial valioso</i>”.(p. 10)</p> <p>- “H- Ouvidoria – O cidadão usuário dos serviços de comunicação da EBC tem à sua disposição uma ouvidoria que visa a assegurar <i>um canal aberto para que ele exerça o seu direito à crítica sobre o jornalismo e a comunicação da EBC</i>, sem impedimentos ou discriminações”.(p. 14)</p>

	Documentos da EBC de Referência	
<p>Informação e Diretrizes conhecimento</p>	<p>Art.19.Compete à Diretoria-Executiva: XVIII – aprovar as diretrizes da política tecnológica da empresa; XXII – instituir o Comitê de Tecnologia da Informação e da Comunicação e aprovar seu regulamento;(Regimento Interno EBC);</p> <p>- Art. 31. Compete à Diretoria de Jornalismo: V–propor a <i>adoção de novas técnicas e tecnologias com vistas ao aumento da qualidade e da diversidade dos conteúdos jornalísticos</i>, observadas as diretrizes técnicas do Comitê de Tecnologia da Informação e da Comunicação;(Regimento Interno EBC);</p> <p>SUPERINTENDENTE DE COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA: [...] supervisionar, coordenar e acompanhar o desenvolvimento de sistemas, programas, ferramentas e aplicativos tecnológicos, <i>voltados para melhorar e modernizar os processos e mecanismos de distribuição de conteúdos pela internet, a interatividade nas diversas plataformas e a integração das mídias</i>; promover estudos e estabelecer normas e padrões gráficos, estéticos e técnicos para os ambientes virtuais/sites da EBC. (Anexo IV - Regimento Interno EBC);</p>	<p>2- Gestão da Informação - a qualidade do conteúdo transmitido pela EBC requer <i>contextualização, agregação de circunstâncias, causas e consequências ou fornece elementos para que o cidadão tire conclusões a respeito</i>. Significa <i>ampliar o factual</i>, objeto direto da reportagem, disponibilizando dados e informações pertinentes, no mesmo veículo e programa ou em veículo de outra plataforma da EBC. Inclui, portanto, <i>a prática de convergência de mídia, onde a internet pode e deve ser articulada como ferramenta de extrema relevância para incremento da qualidade do conteúdo da EBC</i>. (p. 40)</p> <p>- “O jornalista da EBC deve se preparar para atuar nesse ambiente da chamada "Sociedade do Conhecimento". [...]. <i>A qualificação do conteúdo noticioso</i> que se quer aportar à sociedade pode recorrer à <i>imensurável acumulação de dados e informações do ambiente digital ou dos suportes tradicionais</i>, que oferecem também ferramentas de busca. (p. 40-41)</p> <p>- <i>4- Atuação Integrada dos Veículos</i>- Na dinâmica de apuração, produção e veiculação de conteúdos, o jornalismo da EBC leva em conta <i>os potenciais de convergência, multiprogramação, interatividade, acessibilidade, portabilidade, interoperabilidade e mobilidade, não linearidade e transdisciplinaridade das plataformas digitais</i>, para melhor articular suas aplicações e especificidades. Sendo assim: [...] os jornalistas da EBC devem vislumbrar <i>o potencial de uso dos conteúdos em diversas plataformas</i>, [...] No espaço virtual, todas as áreas produtoras de conteúdo da EBC podem multiplicar sua significação. (p. 41-42)</p> <p>INFORMATIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA A QUALIFICAÇÃO DO CONTEÚDO.</p>

	Documentos da EBC de Referência	
<p>Realização do Diretrizes produto</p>	<p>- Art. 31. Compete à Diretoria de Jornalismo: II–produzir, editar e veicular programas jornalísticos que garantam ao cidadão o acesso à informação de interesse público, assegurando exatidão, isenção, qualidade técnica e pluralidade de pontos de vista e opinião; (Regimento Interno EBC);</p> <p>Art. 21, Parágrafo único, são atribuições comuns aos membros da diretoria executiva: “IX –propor à Diretoria-Executiva a minuta do manual de normas e operações de sua Diretoria; [...] XI –normatizar os fluxos de trabalho internos a sua diretoria”; Regimento Interno EBC);</p>	<p>“A EBC considera que jornalismo é espaço público por onde são transferidas <i>informações relevantes</i>, com potencial para alterar a realidade, que se sucedem no tempo e no espaço, objeto de interesse da coletividade e abrangidos pelos seus critérios de cobertura. Essas informações têm de ser transmitidas <i>com honestidade, fidelidade, precisão e responsabilidade</i>. Devem ser mediadas por um <i>processo ético, rigoroso, criterioso, isento, imparcial, sem preconceito e independente - na sua apuração, organização, hierarquização, aferição e difusão dos acontecimentos</i>. Também é necessário que estejam <i>acompanhadas de contextualizações e análises confiáveis e sejam apresentadas com linguagem clara, precisa e objetiva, que permita elucidação e esclarecimento de seus significados, de suas causas e de seus efeitos na sociedade</i>. E, dessa forma, ofereçam aos indivíduos e sujeitos sociais melhores condições de agir e tomar decisões para transformar a realidade em benefício dos interesses coletivos.”</p> <p>Definição de Valores, Objetivos e Diretrizes (especificações de procedimentos e produto) (p.6)</p> <p>Seção 3 - Orientações Jornalísticas e Relações Estratégicas: dos profissionais com o público, com as fontes e entre si/com a empresa (guia de conduta); (p. 12-17)</p> <p>Seção 4 - Parâmetros para a prática jornalística – apuração e reportagem, edição (especificações de produto/atividades); (p. 17-23)</p> <p>Seção 5 - Orientações para temas e situações específicas (especificações de conteúdo); (p. 23-37)</p> <p>Seção 6 - Ética (especificações de conduta); (p. 38-39)</p>

	Documentos da EBC de Referência	
Medição, análise e melhoria Diretrizes	<p>“Art. 20. A EBC contará com 1 (uma) Ouvidoria, [...] a quem compete exercer a crítica interna da programação por ela produzida ou veiculada, com respeito à observância dos <i>princípios e objetivos</i> dos serviços de <i>radiodifusão pública</i>, bem como examinar e opinar sobre as queixas e reclamações de telespectadores e radioouvintes referentes à programação”.(Lei 11.652/2008 – Lei cria a EBC);</p> <p>- “Art. 32, § 3o No exercício de suas funções, o Ouvidor deverá: [...] III - elaborar relatórios bimestrais sobre a atuação da EBC, a serem encaminhados aos membros do Conselho Curador até cinco dias antes das reuniões ordinárias daquele colegiado.</p> <p>Art.17.A Ouvidoria [compete]: III – apresentar relatórios circunstanciados ao Conselho Curador.</p>	<p>Comitê Editorial de Jornalismo - atuando em apoio à diretoria, subsidiando suas decisões, <i>cuida de sintonizar a prática diária do jornalismo da EBC com este manual</i> e promove ações pontuais de verificação crítica das produções jornalísticas dos seus veículos. Acionado pela Diretoria de Jornalismo, o Comitê também cuida de sanar dúvidas e/ou encaminhar à diretoria propostas de deliberação sobre situações remetidas por este manual ou não contempladas por ele.(p. 43)</p>

APÊNDICE D – Quadro de processos da ABr

Quadro detalhado dos processos jornalísticos da Agência Brasil. A equipe de pesquisa fez um esforço para detalhar ao máximo a descrição dos processos de produção jornalística. É possível que haja pequenas imprecisões, haja vista a dificuldade de sistematizar o conjunto de informações provenientes de várias fontes e sobre vários procedimentos. Entretanto, há certamente fidelidade em relação à caracterização dos aspectos essenciais do processo.

Processo	Atividades	Responsável	Participantes	Tarefas / metodologia	Ferramentas	Entradas	Saídas	Registros * Memória #
TRIAGEM	Levantamento preliminar da equipe de pauta até às 20h do dia anterior	Chefe da equipe de pauta	Equipe de pauta da EBC	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa nos sites oficiais (executivo, legislativo, judiciário e outros); e-mails; Diário Oficial e outros veículos da imprensa; agenda da EBC; - Contato com assessorias para confirmar/ complementar informação; - Agências de notícias 	<i>* Internet, e-mail, telefone, editor de texto BROffice, pasta de arquivo eletrônico pessoal</i>	<ul style="list-style-type: none"> Notícias/notas e conteúdos de sites oficiais; Releases enviados por e-mail; Portarias, resoluções e outros publicados no DOU³⁷; Notícias de outros veículos da imprensa; Crêterios jornalísticos; Diretriz editorial “interesse do cidadão”; 	Relação de pautas levantadas ao longo do dia	<ul style="list-style-type: none"> *Documento eletrônico (arquivo *.doc) #Arquivo eletrônico em máquina de origem, com senha própria;
	Elaboração do Agendão: menu consolidado, com a descrição dos assuntos (noite anterior e madrugada do dia de trabalho);	Membro da equipe de pauta que trabalha noite/madrugada	Equipe de pauta da EBC;	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa em sites oficiais (executivo, legislativo, judiciário e outros); e-mails; e outros veículos da imprensa; agenda da EBC; acompanhamento Rádio e TV/EBC para derivar pauta; - Atualização da relação de pautas da equipe; - Avaliação preliminar de relevância; - Agências de notícias - Clipping 	<i>* Internet, e-mail, editor de textos BROffice, pastas de arquivo eletrônico</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Relação de pautas levantadas ao longo do dia; - Relação de pautas das praças do RJ/SP/MA/DF - Notícias/notas e outros conteúdos de sites oficiais; - Releases enviados por e-mail; - Notícias de outros veículos da imprensa; - Clipping - Crêterios jornalísticos; - Diretriz editorial “interesse do cidadão”; 	Agendão, enviado por e-mail a todos (chefes, repórteres)	<ul style="list-style-type: none"> *Documento eletrônico BROffice /impresso finalizado #arquivos eletrônicos pessoais (Pauteiro noite/chefe reportagem manhã)

Processo	Atividades	Responsável	Participantes	Tarefas / metodologia	Ferramentas	Entradas	Saídas	Registros * Memória #
P A U T A	Definição de pautas gerais da EBC a partir do agendão (9h do dia de trabalho);	Direção de Jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> - Editor chefe da Agência Brasil; - Representantes de outros veículos da EBC 	Reunião, informes, sugestões e breve discussão	<i>Vídeo conferência³⁸ (SP/ RJ/DF/MA); sala de reunião; caneta , papel e telefone (RJ)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Agendão; - Avaliações dos participantes; - Critérios jornalísticos; - Diretriz editorial interesse do cidadão; 	Pautas definidas para os veículos da EBC como Prioridades EBC	* Anotações no Agendão (impresso) #sem arquivo *Prioridades # arquivo computador pessoal responsável por consolidar informação
	Definição de pautas e de prioridades da ABr(10h do dia de trabalho);	Editor-chefe;	<ul style="list-style-type: none"> - Chefe de reportagem; - Editor executivo; 	Reunião, informes, sugestões e breve discussão	<i>Sala de reunião, caneta e papel,</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Agendão; - Pautas definidas para os veículos da EBC; - Avaliações dos participantes; - Critérios jornalísticos; - Diretriz editorial interesse do cidadão; 	Prioridades Agência definidas	*Anotações no Agendão (impresso) #sem arquivo * Documento eletrônico/impresso finalizado #Arquivo pessoal chefe de reportagem manhã
	Distribuição/atribuição de pautas aos repórteres ³⁹ ; 5	Chefe de reportagem/fotografia;		Envio por e-mail, telefone, Zimbra, WebMail , MiBeta , Lista de amigos (Zimbra)	<i>Internet e telefone</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Relação de pautas e prioridades da agência; - Pré-definição de áreas dos repórteres - Disponibilidade de repórter 	Pautas e prioridades enviadas por e-mail	*Registro eletrônico #Arquivo e-mail
	Monitoramento de novas pautas (“pautas vivas”, ao longo do dia);	Pauteira da agência		Pesquisa de conteúdo atualizado ao longo do dia	<i>Internet; e-mail;</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Notícias/notas e outros conteúdos de sites oficiais; - Notícias de outros veículos da imprensa; 	Pautas extras	*Sem informação #Sem informação

³⁸ Equipamento Tandberg 880MXP - VConf-BSB04 e monitor digital de grande tamanho.

³⁹ A partir das 06:00h a Editora Executiva (Graça) já começa a liberar matérias para o site da ABra partir das pastas “Dia seguinte” e “Flash”

Processo	Atividades	Responsável	Participantes	Tarefas / metodologia	Ferramentas	Entradas	Saídas	Registros * Memória #
REPÓRTEGEM 7	Cobertura dos assuntos pautados e priorizados e de outros surgidos ao longo do dia ⁴⁰ (das 7 às 20h, aproximadamente);	Repórteres;		<ul style="list-style-type: none"> - Designação de repórter por setor (locais físicos); - Designação de repórter por assunto (áreas de especialização do repórter); - Designação de repórter Geral (relação demanda/afinidade) - Designação por perfil profissional (habilidades e competências); - Organização dos conteúdos e acompanhamentos por editorias; 	<i>- Internet, e-mail, chat, telefone*(comunicação e informação com redação)</i> <i>- Visita a locais e fontes, internet, e-mails, gravador, telefone(apuração)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pautas enviadas; - Informações próprias do setor/assunto de cobertura; - Informações novas apuradas junto a fontes; - Informações novas obtidas no local do fato; - Informações distribuídas por release ou notas de fontes; - Fonte documental disponível; 	Informações solicitadas e/ou necessárias apuradas	*Histórico de bate-papo; conversas via e-mail; #arquivo pessoal
	Acompanhamento das reportagens (ao longo do dia);	Chefes de reportagem	Editores	Comunicação via fone, e-mail ou chat ⁴¹	<i>Chat, e-mail, telefone</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Relação de pautas e prioridades; - Pauta “viva”; - Necessidades ou demandas de angulação da matéria; - Fontes complementares sugeridas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Informações solicitadas e/ou necessárias apuradas; - angulações solicitadas feitas; 	*E-mail; telefone; chat; #sem arquivo / arquivo pessoal
	Redação das matérias (após a reportagem concluída); 9	Repórteres;	Editores	Redação via editor de texto BROffice,	<i>Editor de texto BROffice; telefone; Zimbra;</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Informações apuradas; - Editor de texto ; - Software Zimbra; 	Matéria original do repórter redigida e enviada para pasta Flash; Envio por telefone (urgência).	*Documento eletrônico #Não há critério para arquivo de matérias originais do repórter, sendo uma decisão pessoal;

⁴⁰ De comum acordo com a Editora Executiva (Graça) a Editora de Política redige e apresenta na rádio, ao vivo, o “destaque” do dia.

⁴¹ Chat realizado por meio do programa Zimbra.

Processo	Atividades	Responsável	Participantes	Tarefas / metodologia	Ferramentas	Entradas	Saídas	Registros * Memória #
13 12 E DI Ç Ã O 11 10	Acesso regular à pasta Flash para verificar disponibilidade de matérias (ao longo do dia);	Editores;		<ul style="list-style-type: none"> - Acesso a sistema informatizado, mediante senha personalizada; - Seleção de matérias disponíveis de acordo com editoria, com prioridades do dia ou de critérios jornalísticos; 	<i>Sistema Zimbra e Pasta Flash</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pasta Flash; - Matéria original enviada pelo repórter à pasta Flash; - Prioridades do dia da agência; - Critérios jornalísticos; 	Matéria selecionada para edição	*Pasta Flash # Ações da Pasta Flash / sem arquivo (do processo de escolha e do responsável)
	Finalização (revisão, titulação, legendas, etc.) do produto a ser oferecido ao público/página interna/últimas notícias (ao longo de todo o dia de trabalho);	Editor executivo	Editores	<ul style="list-style-type: none"> - Revisão ortográfica e gramatical do texto; - Revisão e adequação a convenções de estilo; - Revisar e ajustar angulação; - Criação de Título; - Escolha da foto; - Redação das legendas; 	<i>Internet, que permite acesso ao sistema publicador(Zimbra) e BROffice;</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Matéria original extraída da pasta Flash; - Normas de estilo; - Sistema publicador - Critérios jornalísticos - Critérios editoriais da agência 	Matéria editada pronta para publicação/veiculação e original enviado para pasta lixo;	*Documento eletrônico / sistema #Pasta Flash
	Publicação do conteúdo editado (ao longo de todo o dia de trabalho);	Editor executivo	Editores	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso ao sistema publicador Zimbra; - Preenchimento de campos; - Prévisualização (não usado) - Liberação do conteúdo para o público; 	<i>Sistema publicador</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Matéria editada; - Sistema publicador; 	Notícia publicada no site: páginas internas/últimas notícias;	*Documento eletrônico no sistema #Arquivo/banco de dados notícias
	Edição da primeira página (ao longo do dia de trabalho);	Editor executivo		<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação de relevância e definição de posição; - Definição da manchete e chamadas; - Pré-visualização não disponível - Publicação; 	<i>Sistema publicador</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Matéria editada publicada no sistema; - Sistema publicador Zimbra; - Critérios jornalísticos - Critérios editoriais da agência 	Primeira página editada; Matéria mais antiga ou menos relevante excluída;	*Documento eletrônico sistema #Banco de notícias da Agência

Processo	Atividades	Responsável	Participantes	Tarefas / metodologia	Ferramentas	Entradas	Saídas	Registros * Memória #
17 A V A L I A Ç Ã O E I N D I C A Ç Ã O D E E R R O S 15 14	Análise externa do material publicado (sempre que o material é publicado; às vezes, antes, mediante consulta);	Avaliador externo		<ul style="list-style-type: none"> - Análise gramatical e ortográfica; - Análise de padronização; - Análise de informação; - Análise de inadequação/desnecessidade 	Internet, Chat (MSN, Liberta), e-mail, editor de textos <i>BROffice</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Notícias publicadas no site; - Convenção de estilo; - Princípios editoriais; - Normas gramaticas, sintáticas, ortográficas da língua portuguesa; 	Erro detectado e informado à equipe;	*Chat, e-mail; # Arquivo do analista, compartilhado com direção de jornalismo e chefia da Agência
	Correção do erro identificado e confirmado (tão rápido quanto possível);	Editores		Correção do erro através do <i>OpenOffice</i> e do sistema publicador <i>Zimbra</i>	Sistema Publicador <i>Zimbra</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Relatório de erros; - Editor de texto; 	Erro corrigido	* Sem registro (da ação de correção, quem corrigiu, quando, como) #Sem memória (histórico das correções)
	16 Produção do Relatório Diário de Erros, com análise de erros por tipo e responsáveis (final do dia de trabalho);	Avaliador externo		Sistematização e organização do conjunto de erros identificados no dia;	Planilha em editor de texto <i>BROffice/Word</i>	Conjunto de erros detectados ao longo do dia;	Relatório Diário de Erros	*Documento eletrônico <i>OpenOffice/Word</i> #Arquivo eletrônico avaliador externo / direção de jornalismo
	Análise do Relatório Diário de Erros/críticas do Ouvidor, com avaliação e adoção de medidas corretivas/respostas (dia seguinte ao dia de trabalho);	Editor chefe		<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação, verificação de procedência e análise sobre erros e críticas; - Comunicação aos responsáveis e solicitação de providências corretivas; - Retorno ao avaliador externo e Ouvidor 	Sem informação	<ul style="list-style-type: none"> - Relatório de Erros; - Relatório de Críticas do Ouvidor; 	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas corretivas; - Respostas/justificativas 	*Documento eletrônico: e-mail; <i>BROffice</i> ; #Sem informação

APÊNDICE E – Roteiro de observação e monitoramento dos processos

Roteiro de observação – Monitoramento de Processos ABr

- j) Definição de um profissional para ser acompanhado pela equipe de pesquisa diariamente. O acompanhamento pode ser em dias alternados, e em entendimento com a equipe, sobretudo com o editor-chefe da ABr. No acompanhamento desses profissionais, as informações podem ser obtidas através de três procedimentos:
- Ouvindo o que eles dizem, explicando para equipe de pesquisa os procedimentos;
 - Perguntando pontualmente algo, que eles nem explicaram nem a equipe de pesquisa pode observar diretamente;
 - Observação da equipe de pesquisa de como eles procedem, justificam e explicam suas decisões nas conversas entre si;
- k) O objetivo da observação é conhecer a rotina básica dos processos, suas etapas, ferramentas e modo de realização.
- l) Os assistentes devem caracterizar os procedimentos dos profissionais:
- como começam o dia;
 - quais seus horários para fazer certas atividades;
 - dependem de quem para lhes passar informações ou outros itens necessários ao seu trabalho;
 - eles municiam quem com o seu trabalho;
 - quais são os critérios de veracidade/segurança de informação que utilizam para deixar seguir ou barrar uma informação
 - quais são os critérios editoriais (de linha editorial) usados para justificar a seleção de conteúdo
 - quais são os critérios de relevância que utilizam para deixar seguir, barrar, dar ou não dar destaque a uma informação;
 - quais são os critérios organizacionais de viabilidade organizacional (prazos, espaço disponível, equipe disponível, equipamento disponível, recursos disponíveis) para deixar seguir, barrar ou fazer com restrições certas pautas;
 - quais são os locais que rotineiramente eles “olham”, acompanham, para gerar pautas e coberturas;
- m) Em linhas gerais, vai se tentar obter uma visão geral do processo de produção. Chama-se a atenção para se obter informações sobre como eles levantam suas pautas e fazem seus julgamentos acerca da veracidade, relevância, viabilidade organizacional e adequação à linha editorial.
- n) Identificar situações e questões novas, não previstas, mas relevantes para o trabalho de monitoramento.

APÊNDICE F - Matérias usadas na Análise de Conteúdo para avaliação dos Requisitos “Políticas Públicas” e “Pluralidade” da ABr e do UOL

CONFERÊNCIA NACIONAL DA JUVENTUDE

AGÊNCIA BRASIL

Número de Matérias: 2

Fontes:

- Governo = 1

- Sociedade Civil = 1

1 Jovens prometem intensificar manifestações por aprovação do Estatuto da Juventude

09/12/2011 – 12h36

Fontes:

Alexandre Silva, presidente da União Estadual dos Estudantes de São Paulo (UEE-SP).

2 Conferência quer atualizar Plano Nacional da Juventude ainda não votado no Congresso

07/11/2011 - 13h28

Fontes:

Secretária Nacional da Juventude, Severine Carmem Macedo,

UOL

Não retornou nenhuma matéria.

CONFERÊNCIA NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL

AGÊNCIA BRASIL

Número de Matérias: 5

Fontes:

- Governo = 3

- Sociedade Civil = 2

- Órgãos autônomos (Consea, CNTBio) = 4

- FAO = 1

1 Mapeamento identifica 4 mil casas de terreiro em Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife e Belém

08/11/2011 - 20h08

Fontes:

Pesquisa do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir) e da Fundação Cultural Palmares

2 Fome é "gravíssima" violação de direitos humanos, diz ministra Maria do Rosário

06/11/2011 - 13h31

Fontes:

Ministra Maria do Rosário

3 Feijão transgênico provoca divergência entre Consea e CTNBio

23/10/2011 - 10h18

Fontes:

Presidente do Consea, Renato Sérgio Jamil Maluf

Presidente da CTNBio, Edilson Paiva,

Documento de referência pára a 4 Conferências

4 Ibase defende mecanismos de proteção contra aumento de preços dos alimentos

14/10/2011 - 6h55

Fontes:

Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação

Diretor do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), Francisco Menezes,

5 Consea quer colaborar na preparação do plano de combate à pobreza extrema

16/03/2011 - 17h27

Fontes:
Conselheira Elizabeta Recine, Consea
Ministra do Desenvolvimento Social, Tereza Campello

UOL

Número de Matérias: 1
Fontes:
- Governo = 1

06/11/201115h02

Fome é "gravíssima" violação de direitos humanos, diz ministra Maria do Rosário

Fontes:
Ministra Maria do Rosário

PLANO NACIONAL DE SANEAMENTO BÁSICO

AGÊNCIA BRASIL

Número de Matérias: 8
Fontes:
- Governo = 9
- Sociedade Civil (Confea) = 3

1 Governos e operadoras devem aumentar investimentos para reduzir perdas de água, diz coordenador 11/09/2011 – 11h28

Fontes:
Coordenador do Sistema Nacional de Informações sobre o Saneamento (Snis), do Ministério das Cidades, Ernani Ciriaco de Miranda.

2 Crescem índices de distribuição de água, tratamento de esgoto e coleta de lixo nas cidades 27/08/2011 – 14h59

Fontes:
Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental do Ministério das Cidades.
15ª edição do Diagnóstico dos Serviços de Água e Esgotos e a 8ª edição do Diagnóstico de Manejo de Resíduos Sólidos Urbanos, referentes a 2009.

3 Confea apoia Plano Nacional de Saneamento Básico, que ainda não saiu no papel 25/08/2011 - 19h57

Fontes:
O Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (Confea)
Fundação Nacional de Saúde (Funasa), Gilson de Carvalho Queiroz Filho. 2

4 Segunda fase do Minha Casa, Minha Vida vai priorizar obras de saneamento básico, diz ministra 15/06/2011 - 18h51

Fontes:
Ministra do Planejamento, Miriam Belchior,
O Ministro das Cidades, Mário Negromonte, 2

5 Ministério das Cidades fará consultas públicas para definir política de saneamento 20/05/2011 - 20h01

Fontes:
Secretário de Saneamento Ambiental do Ministério das Cidades, Leodegar Tiscoski, 1

6 Ministério das Cidades diz que país precisa investir R\$ 420 bilhões em saneamento 12/05/2011 - 20h45

Fontes:
Secretário nacional de Saneamento Ambiental do Ministério das Cidades, Leodegar Tiscoski, 1

7 Plano para universalização de saneamento deve estar pronto em julho 22/04/2011 - 10h33

Fontes:

Secretário nacional de Saneamento Ambiental, Leodegar Tiscoski,
Presidente do Instituto Trata Brasil, Édison Carlos,
Câmara Brasileira da Indústria da Construção (Cbic), Paulo Safady Simão, 3

8 Municípios discutem elaboração do Plano Nacional de Saneamento Básico

Fontes:

Secretário nacional de Saneamento Ambiental, Leodegar Tiscoski.1

UOL

Número de Matérias: 1

Fontes:

- Governo = 1

05/08/201116h24

Ministro das Cidades rebate denúncias sobre oferecimento de propina e diz que age dentro da legalidade

Fontes:

Ministro das Cidades, Mário Negromonte

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO

AGÊNCIA BRASIL

Número de Matérias: 28

Fontes:

- Governo = 16
- Governo RJ = 2
- Câmara dos Deputados = 1
- Empresas (Petrobras, outras) = 5
- Órgãos Autônomos (agências, MP, TCU, Defensoria) = 5
- Sociedade Civil = 5

1 - CAF aprova financiamento para obras rodoviárias no Rio de Janeiro

29/11/2011 - 17h51

Sem informação atribuída à fonte / implícita – governo

2 Relatores setoriais recebem previsão de gastos para atender emendas ao Orçamento

28/11/2011 - 19h25

O relator-geral do Orçamento, deputado Arlindo Chinaglia (PT-SP),

3 Brasil pode ser potência agrícola com preservação das riquezas naturais, diz Dilma ao pedir consenso sobre novo código

23/11/2011 - 20h05

a presidenta Dilma Rousseff

4 Miriam Belchior não descarta adoção de medidas para reduzir efeitos da crise econômica internacional

23/11/2011 - 14h34

A ministra do Planejamento, Miriam Belchior,

5 Governo tem superávit de R\$ 11,3 bilhões em outubro

23/11/2011 - 11h22

Segundo o secretário do Tesouro Nacional, Arno Augustin,

6 Gabrielli descarta assinatura de contratos novos para fornecimento de gás a partir de 2016

22/11/2011 - 17h19

o presidente da estatal/Petrobras, José Sergio Gabrielli.

7 Risco de vazamento de óleo é problema que atinge a todo o setor, diz presidente da Petrobras

22/11/2011 - 14h59

Presidente da Petrobras, José Sergio Gabrielli,
Diretor-geral da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), Haroldo Lima,

8 Governo promete reduzir burocracia nos portos marítimos

22/11/2011 - 14h21

Ministro da Secretaria dos Portos, José Leônidas Cristino,

9 Governo estuda para dezembro medidas de estímulo da produção e formação de estoque de etanol

22/11/2011 - 14h11

Secretário executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa,

10 Irregularidades fazem governo cancelar 18 licitações de obras do PAC 2 em rodovias e ferrovias

22/11/2011 - 14h11

Ministro dos Transportes, Paulo Sérgio Passos,

11 Brasil será maior produtor de petróleo entre países não integrantes da Opep, diz Gabrielli

22/11/2011 - 12h40

Presidente da Petrobras, José Sergio Gabrielli, >>> UOL

12 Obras do PAC em 2012 servirão para "alavancar economia" em momento de incerteza internacional, diz Miriam Belchior

22/11/2011 - 12h31

Ministra do Planejamento, Miriam Belchior, disse hoje (22

13 Economia não cresceu no terceiro trimestre, mas deve se recuperar no fim do ano, diz Nelson Barbosa

22/11/2011 - 11h41

Secretário executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa,

14 PAC 2: transportes têm 86% das obras em ritmo adequado; energia, 88%

22/11/2011 - 11h05

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão, Miriam Belchior.

15 PAC 2 executou 15% do orçamento e concluiu 11,3% das obras previstas

22/11/2011 - 9h42

Balanco do PAC / sem fonte atribuída / fonte implícita Governo

16 Ministério do Trabalho flagra trabalho escravo em obras da construtora MRV no interior de São Paulo >>>> UOL

21/11/2011 - 16h23

Procurador do Trabalho Cássio Calvilani Dalla-Déa, do Ministério Público do Trabalho em Araraquara (SP),

17 Para ministro, críticas a Belo Monte são motivadas por "inveja" e "má-fé"

21/11/2011 - 9h53

Ministro de Minas e Energia, Edison Lobão

18 Dilma diz que Brasil poderá ser a quinta economia do mundo

18/11/2011 - 17h01

Presidenta Dilma Rousseff

19 Na segunda fase, o Minha Casa, Minha Vida construirá 190 mil moradias no estado do Rio

17/11/2011 - 14h00

Ministro das Cidades, Mário Negromonte,

20 Pequenos empreendedores do Morro do Vidigal terão linha de crédito de R\$ 5 milhões

16/11/2011 - 12h17

Vice-governador do estado/RJ, Luiz Fernando Pezão,

21 Associação de Moradores do Vidigal diz que não quer só polícia e espera intervenções urbanístico-sociais

16/11/2011 - 9h40

Associação de Moradores do Vidigal, presidente da associação, Wanderley Ferreira.

22 Ministério da Cultura define áreas prioritárias para 2012

13/11/2011 - 15h31

Secretário executivo do ministério da Cultura, Vítor Ortiz.

23 Polícia vai permanecer na Rocinha até instalação da UPP

13/11/2011 - 10h54

Governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral,

24 Número de obras com paralisação recomendada pelo TCU cai em 2011, alega Planejamento

08/11/2011 - 18h34

Ministério do Planejamento, em nota. >>> UOL

A matéria 24 é “resposta” à matéria 25.

25 TCU pede paralisação de 26 obras, a maioria do PAC, por problemas como sobrepreço e superfaturamento

08/11/2011 - 16h29

Presidente do tribunal (TCU), Benjamin Zimler,

Ministro relator (TCU), Raimundo Carreiro.

26 Bicicletas doadas serão consertadas e entregues a crianças de comunidades carentes do Distrito Federal

06/11/2011 - 14h34

Presidente da Rodas da Paz (ONG), Uirá Lourenço.

Promotor de Justiça do Distrito Federal, Rubin Lemos (como doador de bicicleta)

27 Consórcio de Belo Monte diz que decisão judicial não prejudica cronograma da obra

03/11/2011 - 17h26 >>> UOL

Diretor-presidente da Norte Energia, empresa responsável pela construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, Carlos Nascimento

28 Técnicos vistoriam unidades habitacionais do PAC no Rio para verificar surgimento de rachaduras

03/11/2011 - 14h15 >>> UOL

A dona de casa Eryka Correia

A síndica de um dos edifícios, Maria de Fátima Santos,

A assessoria de imprensa da Emop

A Defensoria Pública da União no Rio de Janeiro - defensor público federal Daniel Macedo

UOL

Número de Matérias: 7

Fontes:

- Governo = 1

- Sociedade Civil = 1

1 (11) Brasil será maior produtor de petróleo entre países não integrantes da Opep, diz Gabrielli

22/11/2011 - 12h40

Presidente da Petrobras, José Sergio Gabrielli

2 Gastos do PAC 2 sobem 66% para minimizar efeitos da crise mundial, diz ministra

22/11/2011 10h55

Ministra do Planejamento, Miriam Belchior,

Secretário-executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa

3 (16) Ministério do Trabalho flagra trabalho escravo em obras da construtora MRV no interior de São Paulo

21/11/2011 - 16h23

Procurador do Trabalho Cássio Calvilani Dalla-Déa, do Ministério Público do Trabalho em Araraquara (SP),

**4 (24) Número de obras com paralisação recomendada pelo TCU cai em 2011, diz [alega] Planejamento
08/11/2011 - 18h34**

Ministério do Planejamento, em nota.

06/11/201106h00

5 Orçada em R\$ 130 milhões, maior obra do PAC em Maceió completa um ano paralisada[CO](#)

TCU/ acórdão de uma auditoria / documento,

Maria Felícia, 59, moradora

Leonice Leite, 42,

Outro morador,

Em nota, Seinfra (Secretaria de Estado da Infraestrutura)

6 (27) Consórcio de Belo Monte diz que decisão judicial não prejudica cronograma da obra

03/11/2011 - 17h26

Diretor-presidente da Norte Energia, empresa responsável pela construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, Carlos Nascimento

7 (28) Técnicos vistoriam unidades habitacionais do PAC no Rio para verificar surgimento de rachaduras

03/11/2011 - 14h15

A dona de casa Eryka Correia

A síndica de um dos edifícios, Maria de Fátima Santos,

A assessoria de imprensa da Emop

A Defensoria Pública da União no Rio de Janeiro - defensor público federal Daniel Macedo