

Transparência Editorial: Uma Análise dos Jornais do Nordeste a partir do instrumento de autorregulamentação da ANJ¹

Josafá Bonifácio da Silva NETO²

Josenildo Luiz GUERRA³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, SE

Resumo

Este artigo trata da gestão da informação em jornalismo, tendo como objeto de investigação os jornais da região Nordeste do Brasil filiados à Associação Nacional de Jornais (ANJ) e cadastrados no Programa Permanente de Autorregulamentação da entidade. À medida que as organizações jornalísticas buscam garantir credibilidade e confiabilidade na produção de notícias, o objetivo aqui é aferir um diagnóstico acerca do requisito transparência na gestão editorial. Isto se refere à medição da disponibilidade de informações sobre seus processos e produtos, estruturas e compromissos, como instrumento de qualidade e afirmação perante o público e a sociedade. Diante disso, identificamos incorreções no cumprimento das práticas e ações do programa de autorregulamentação para um jornalismo mais transparente.

Palavras-chave: Credibilidade; Gestão Editorial; Jornais; Qualidade; Transparência.

Introdução

Em um contexto de globalização, a prestação de contas de forma efetiva e com transparência se tornou um desafio para qualquer organização neste milênio. Isto porque o crescimento do fluxo de informações no mundo, seguido dos constantes avanços tecnológicos, impulsionou o poder de vigilância das sociedades democráticas sobre as instituições, sejam estas públicas ou privadas. (Carneiro; Oliveira; Torres, 2011). A consequência disso está na valorização da disputa de conceitos, a exemplo de credibilidade e confiabilidade, como instrumentos sólidos e eficazes de afirmação perante o público.

Neste cenário, o jornalismo se ratifica, segundo Patterson (2000), como prestador de serviços aos cidadãos, na hora de agir sobre o espaço público, a partir de informações credíveis a respeito de acontecimentos relevantes. Trata-se da aptidão do cidadão desenvolver sua capacidade cognitiva de fiscalizar e cobrar às instituições. O jornalismo, assim, exerce papel preponderante na mediação das relações entre os poderes constituídos e a sociedade. É o caso do agendamento de questões prioritárias de ordem pública e política.

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

² Estudante do 6º semestre do curso de graduação em Jornalismo da UFS, email: netojosafa@gmail.com

³ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professor do curso de graduação em Jornalismo e da Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe. Coordenador do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologias Aplicadas ao Jornalismo (Qualijor), no Laboratório de Estudos em Jornalismo (Lejor) da UFS, e-mail: guerra.ufs@gmail.com

Ao argumentar que o jornalismo é uma atividade que agenda os temas de interesse público da sociedade, Guerra (2013, p.197) enaltece o conceito de credibilidade como indicador de seriedade e competência na prática jornalística. Com isso, o autor remete “a revelação de informações acerca da organização e de seus processos que elevem a confiabilidade das notícias produzidas.” Sendo assim, a transparência editorial se configura um mecanismo de medição e afirmação da credibilidade jornalística e reforça a função primordial da avaliação de qualidade na aferição de produtos ou serviços.

A fim de problematizar as questões acima, decidimos avaliar o grau de transparência editorial dos jornais nordestinos, levando em conta o Programa Permanente de Autorregulamentação da Associação Nacional de Jornais (ANJ). Através de uma cartilha, o programa diz ter o objetivo de garantir que seus “filiados mantenham práticas e ações que permitam aos leitores acessar, demandar e obter respostas dos responsáveis pelos jornais.”

Elaborado a partir do Estatuto da ANJ, o documento estabelece oito requisitos como mecanismos de transparência na gestão editorial. São eles: 1) reconhecimento e publicação de erros; 2) canais de atendimento ao leitor; 3) publicação de cartas e e-mails dos leitores; 4) ombudsman; 5) conselho editorial; 6) conselho de leitores; 7) disponibilidade de princípios editoriais ou código, manual ou guia de ética; 8) carta ou blog do editor. Esses requisitos se apresentam como instrumentos de qualidade na prática jornalística.

O interesse por este estudo surgiu no âmbito da disciplina “Gestão da Informação,” do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, no período letivo de 2015.2. O enfoque desta pesquisa reside na seleção, recolha e medição das informações que as organizações jornalísticas disponibilizam e executam, por meio de seus canais de comunicação online, a respeito de ações transparentes. Esses dados, em seguida, são confrontados aos parâmetros estabelecidos pelo programa permanente. O método de avaliação consiste na atribuição e justificação de notas, considerando o grau de visibilidade dos requisitos. Isso permite construir uma análise comparativa do conjunto de jornais em três classificações: pela soma total de pontos, por requisito e por padrões de atributo.

Dessa forma, avaliamos 21 jornais associados, no Nordeste do país, que aderiram voluntariamente ao programa de autorregulamentação da ANJ. O presente artigo, assim, identifica incorreções no cumprimento de práticas para uma gestão editorial com transparência e discute os apontamentos sobre a busca da credibilidade jornalística. Essa análise, por fim, dialoga essencialmente com a necessidade de se desenvolver e validar métodos sistemáticos e regulares de avaliação de qualidade no exercício do jornalismo.

A Transparência Editorial no Jornalismo

Diante de um cenário de instabilidade e incertezas no setor, sobretudo em razão dos efeitos das reconfigurações tecnológicas na área, o jornalismo busca na qualidade editorial a alternativa para assegurar o seu papel de referência para a sociedade. Com isso, quantificar, medir, controlar e avaliar os produtos jornalísticos se tornou um desafio para as organizações, a fim manter-se credível perante o público e assegurar sua influência. Essa tese, segundo Bogart (2004), ratifica a urgência de qualquer ofício ou profissão incorporar padrões de desempenho como ferramenta no processo de gestão estratégica.

Sobre a definição de qualidade, a norma ABNT NBR ISO 9000: 2005 classifica como “o grau com que um conjunto de características inerentes [a um produto ou serviço] cumpre os requisitos.” Isto é, a competência que a organização apresenta não apenas de atribuir características que valoram o produto diante da necessidade do público, mas também de executar suas especificações e torna-lo produtivo com a competitividade. A avaliação de qualidade no jornalismo, assim, consiste na medição do cumprimento desses atributos estabelecidos previamente pela organização, em conformidade com seus princípios e valores éticos e editoriais. (Sánchez-Taberner, 1998).

É neste contexto que a transparência editorial configura-se um instrumento de qualidade no jornalismo - sendo uma prática de *accountability* - a partir de dois eixos: disseminar a auto-avaliação no ambiente jornalístico como estratégia organizacional, e projetar a credibilidade na sociedade através da confiabilidade na produção de notícias.

“É vantajoso e importante que as instituições promovam a auto-avaliação e que fomentem uma cultura organizacional favorável à avaliação, vista como um caminho para melhorar a formação, como um ato imprescindível de prestação de contas e de transparência para com a sociedade.” (MARINHO, 2011, p. 254).

Mattus (2009) recorre ao caso do *Wikipédia* para exemplificar como a falta de autoridade e credibilidade das fontes compromete o reconhecimento do espaço como fonte de informação científica. Isso ocorre em virtude da ausência de padrões e critérios que possibilitem a verificação dos fatos e dos processos de edição e revisão dos acontecimentos. Ou seja, a confiabilidade da informação é interdependente à credibilidade das fontes. Trata-se da posição que a organização jornalística ocupa como um emissor de notícias credível.

O comportamento transparente nas relações interna e externa também credita a respeitabilidade e a legitimação. Logo, sistematizar a aptidão de prestar contas sobre as decisões da organização jornalística é uma estratégia de construção positiva de imagem e reputação. Isso estreita a relação com o público, por meio da cultura da responsabilização.

Por isso, Guerra (2013) propõe a criação de sistemas de gestão de qualidade, sendo recursos de medição, controle e correção das informações sobre as práticas e ações da organização. O objetivo é proporcionar a transparência e atestar sua credibilidade. Para o autor, os atuais métodos que as organizações utilizam para justificar a credibilidade apresentam limitações, porque se fundamentam em convenções. Tanto pelo histórico que construíram sobre o produto quanto pela audiência que conquistaram ao passar do tempo.

“O conhecimento adquirido pelo consumo da notícia não permite, na maior parte das vezes, a verificação do grau de satisfação dos seus requisitos essenciais. Afinal, os parâmetros de aferição, em regra, não estão no raio da experiência direta do usuário: o fato acontece em um momento e lugar onde o cliente não está, daí inclusive a necessidade da informação jornalística.” (GUERRA, 2013, p. 201)

Além disso, a preocupação com a qualidade também se dá com os efeitos das mutações tecnológicas. Se por um lado as novas tecnologias possibilitam a ampliação da qualidade visual da informação, por outro, o impacto da redução de custos danifica a qualidade editorial do produto. Essa problemática é abordada por Meyer (2004) no “Modelo de Influência Social para a Indústria de Jornais,” segundo o qual o êxito financeiro de um jornal está ligado à prática de um jornalismo de qualidade. Para o autor, o percurso para a organização exercer influência social reside na conquista da confiança do público, ao fornecer informações seguras e de alta qualidade. Com isso, a qualidade do conteúdo sustenta e amplia a circulação do jornal, justificando a analogia entre credibilidade e lucro, com o propósito de assimilar os valores da cultura profissional aos anseios do mercado. Isso significa que a seriedade e a competência que orientam a organização na produção de notícias são aspectos essenciais na sua afirmação no mercado como negócio jornalístico.

Assim, como proposta de metodologia, o *International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA)*, por meio da pesquisa intitulada “*Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets*”, sistematiza cinco critérios de avaliação (ICMPA, 2007):

- 1) Correção: disposição para publicamente corrigir os erros;
- 2) Propriedade: divulgação sobre a propriedade das organizações;
- 3) Política de Pessoal: orientação a situações que envolvam conflitos de interesse;
- 4) Política Editorial: divulgação de princípios e orientações editoriais;
- 5) Interatividade: abertura para comentários e críticas dos consumidores.

Os requisitos acima são pressupostos da análise aqui em questão, ao servirem de parâmetro na elaboração do Programa Permanente de Autorregulamentação da ANJ. Isso leva em conta o grau de revelação das informações que os jornais propõem como atributos.

O Instrumento de Avaliação da Qualidade

Criado em 2011, o Programa Permanente de Autorregulamentação da Associação Nacional de Jornais surgiu com o objetivo de ampliar práticas e ações transparentes na gestão editorial dos associados e estreitar o relacionamento entre jornais e leitores. A adesão ao instrumento de autorregulamentação é voluntária, em consonância com as disposições do estatuto da entidade. Atualmente, 118 associados no país participam do programa, sendo 21 destes na região Nordeste do Brasil, segundo o site da ANJ.

A iniciativa sugere através de uma cartilha a adesão de indicadores como mecanismos de transparência editorial. A definição de cada um deles, por sua vez, foi sistematizada neste estudo para facilitar o entendimento na medição dos requisitos, considerando o grau de revelação das informações de cada um. São eles:

1) Reconhecimento e publicação de erros: dispõe de espaço regular para cumprimento deste item, facilmente acessível, e com estatísticas dos índices de erros;

2) Canais de atendimento ao leitor: o item está disponível e facilmente acessível ao leitor-usuário do site, com estatísticas de mensagens recebidas e respondidas, com análise qualitativa, explicando e justificando as medidas relativas às reclamações;

3) Publicação de cartas e e-mails dos leitores: apresenta critérios para cumprir o item, e estatísticas de cartas recebidas e publicadas, por categorias, com auditoria externa.

4) Ombudsman: dispõe do item com garantia formal de autonomia para a realização da função, com canal de comunicação facilmente identificável no site. A análise do ombudsman é publicada regularmente pela empresa. Há também estatísticas disponíveis sobre queixas, reclamações feitas, procedentes, respondidas e medidas tomadas.

5) Conselho editorial: dispõe do item, com integrantes relacionados no site, e critérios para sua composição, em lugar facilmente acessível ao usuário. Publica as principais decisões, recomendações ou orientações do conselho, em questões de natureza editorial ou que nela interferem, em espaço facilmente acessível. Apresenta mecanismos de contato disponíveis tanto para a audiência quanto para os profissionais do conselho.

6) Conselho de leitores: dispõe do item, com integrantes relacionados no site, e critérios para sua composição, em lugar facilmente acessível ao usuário. Publica as principais decisões, recomendações ou orientações do conselho, em questões de natureza editorial ou que nela interferem, em espaço facilmente acessível. Apresenta mecanismos de contato disponíveis tanto para a audiência quanto para os profissionais do conselho.

7) Disponibilidade de princípios editoriais ou código, manual ou guia de ética: cumpre o item, que é publicado de forma acessível; dispõe de um sistema regular de avaliação que disponibiliza índices de sucesso/fracasso no cumprimento dos princípios.

8) Carta ou blog do editor: dispõe do item de forma acessível. Apresenta análise e justificativas editoriais aplicadas nas coberturas, baseadas tanto nos princípios editoriais da organização quanto em estatísticas sobre erros, cartas e e-mails de leitores e reclamações.

A fim de viabilizar a aplicação da metodologia, que reside na atribuição e justificção de notas, construímos a tabela, a seguir, para aferição de cada requisito. O grau de disponibilidade e visibilidade das informações sobre cada critério, através das definições supracitadas, determinará a pontuação de cada organização jornalística aqui em avaliação. O padrão de pontos varia de 0 (zero) a 4 (quatro), considerando a seguinte ordem de satisfação no cumprimento de atributos: 0 a 1 (insuficiente); 2 (regular); 3 (bom); 4 (ótimo).

1 – Tabela de Avaliação da Transparência Editorial na Gestão da Qualidade

| Jornal | Requisitos | Nota | | | | | Peso | Total |
|-------------------------------------|--|------|---|---|---|---|------|-------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| | 2.1 - RECONHECIMENTO E PUBLICAÇÃO DE ERROS | | | | | | 1 | |
| | 2.2 - CANAIS DE ATENDIMENTO AOS LEITORES | | | | | | 1 | |
| | 2.3 - PUBLICAÇÃO DE CARTAS / E-MAILS DE LEITORES | | | | | | 1 | |
| | 2.4 - OMBUDSMAN / Fórum de análise crítica | | | | | | 2 | |
| | 2.5 - CONSELHO EDITORIAL / Fórum de análise crítica | | | | | | 1 | |
| | 2.6 - CONSELHO DE LEITORES / Fórum de análise crítica | | | | | | 2 | |
| | 2.7 - DISPONIBILIDADE DE PRINCÍPIOS EDITORIAIS / CÓDIGO, MANUAL OU GUIA DE ÉTICA / Processos de relacionamento com leitores | | | | | | 1 | |
| | 2.8 - CARTA OU BLOG DO EDITOR / Processos de relacionamento com leitores | | | | | | 1 | |
| Média Final (total de pontos / dez) | | | | | | | | |

Fonte: Elaborado pelo orientador

Essa sistematização da avaliação possibilita a análise do conjunto de jornais em três dimensões: por pontuação, por requisito e por padrões de atributo. A primeira reside na classificação dos jornais, a partir do total de pontos obtidos na soma dos requisitos. A segunda consiste na classificação dos requisitos, por meio da pontuação do conjunto de jornais por critério. A terceira, por fim, aponta o grau de satisfação dos padrões de atributos.

Após a seleção, recolha e medição dos requisitos acima, a análise consiste na apresentação de um diagnóstico sobre o grau de transparência dos jornais nordestinos aqui em investigação, à luz das experiências de sistemas de gestão da qualidade no jornalismo.

A Revelação dos Requisitos

A mais recente Pesquisa Brasileira de Mídia, de 2015, indicou que 84% das pessoas que buscam o jornal estão a procura de informação. Esse dado expressivo reforça o lugar do veículo no espectro da comunicação no país, apesar da disseminação do público-leitor para outras mídias, como consequência, sobretudo, dos processos de convergência. Com a crise no setor, as organizações têm na gestão da qualidade a alternativa para superar o declínio.

Esse cenário estimou a escolha do objeto de investigação aqui em análise, com a finalidade de traçar um perfil dos jornais nordestinos no quesito transparência editorial e verificar o nível de suas estratégias de sustentação no mercado jornalístico nesta região do país. A partir desse recorte espacial, listamos abaixo os jornais em avaliação, por Estado:

ALAGOAS: Gazeta de Alagoas;

BAHIA: A Tarde, Correio e Massa;

CEARÁ: O Povo e Diário do Nordeste;

MARANHÃO: O Estado do Maranhão e O Imparcial;

PARAÍBA: Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba;

PERNAMBUCO: Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco, Folha de Pernambuco e Jornal Extra de Pernambuco;

PIAUI: O Dia e Jornal Meio Norte;

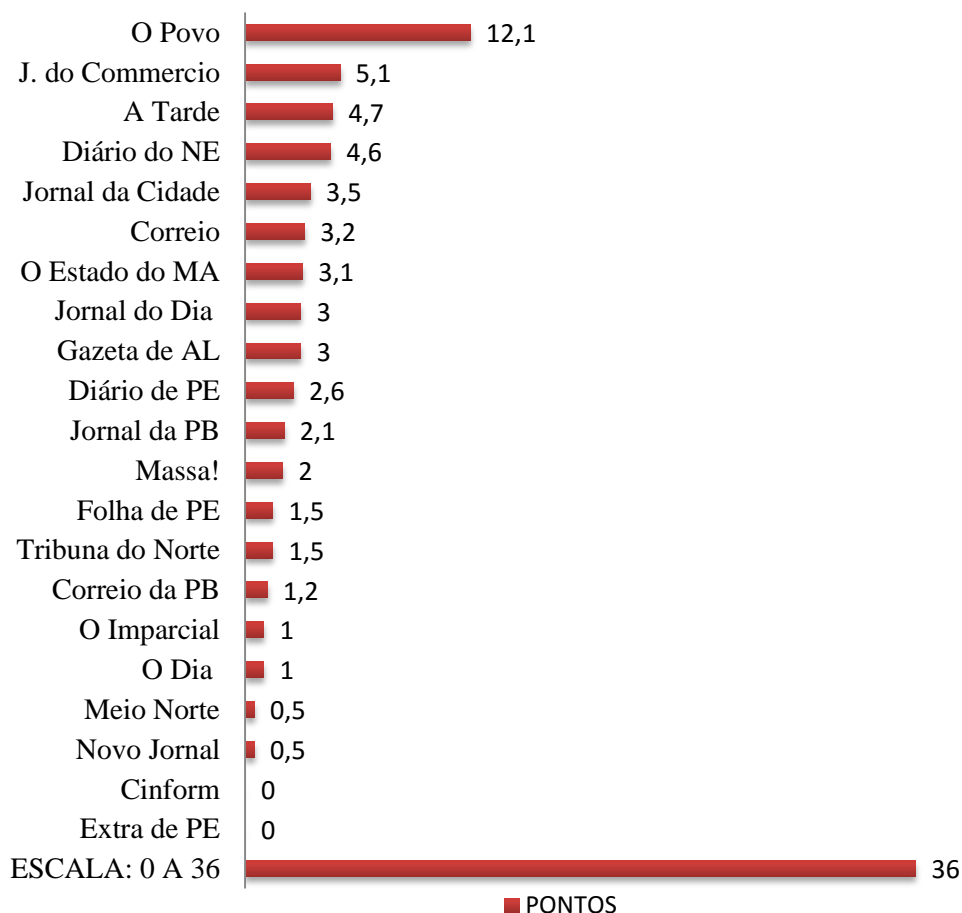
RIO GRANDE DO NORTE: Novo Jornal e Tribuna do Norte;

SERGIPE: Jornal da Cidade, Cinform e Jornal do Dia.

Sendo assim, avaliamos 21 jornais associados que aderiam ao programa de autorregulamentação da ANJ e se propuseram a adotar práticas e ações transparentes. O método de avaliação considera como fonte de pesquisa a revelação das informações nos sites das organizações aqui em análise, desde os processos de relacionamento com os leitores à criação de fóruns de análise crítica. Com isso, o diagnóstico inicial é o seguinte:

- √ Apenas um jornal atende, minimamente, a 100% dos oito requisitos avaliados;
- √ Nenhum jornal atingiu os padrões “bom e ótimo” de satisfação de atributos;
- √ O canal de atendimento ao leitor é o requisito mais acionado pelos jornais;
- √ Já os menos acionados são: ombudsman, conselho de leitor e blog do editor;
- √ Com uma exceção, os jornais não atingem 1/6 da pontuação máxima possível;
- √ E dois jornais zeraram a pontuação pela não identificação da fonte de pesquisa.

1 - Classificação geral dos jornais por pontos



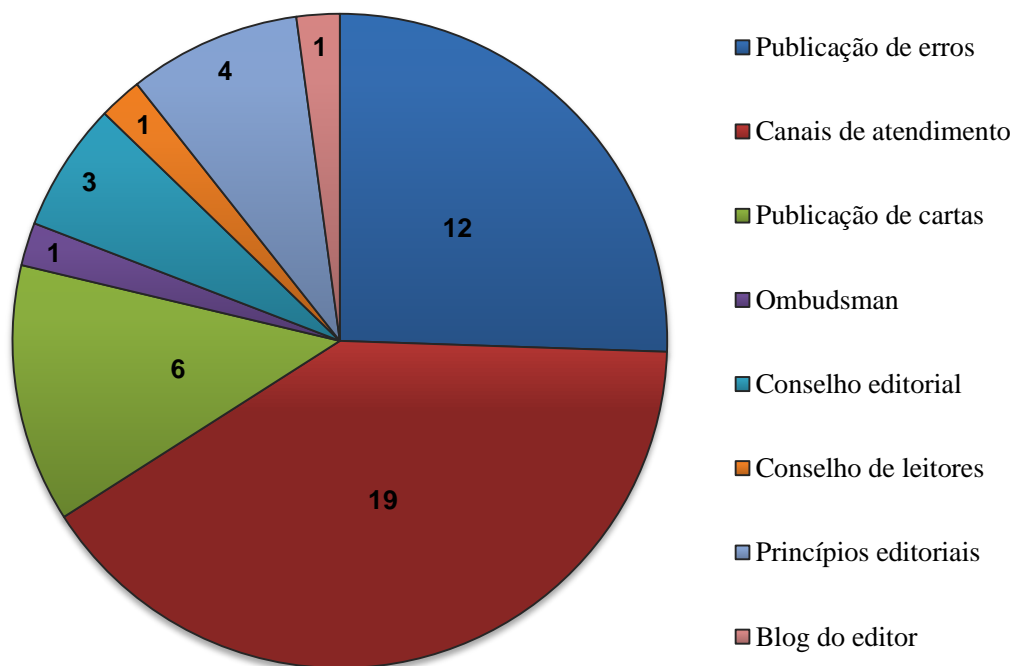
Fonte: Elaborado pelo autor

Em uma segunda classificação, a partir do grau de execução dos requisitos pelo conjunto de jornais, o diagnóstico aponta que 57% das organizações em análise limitam suas ações de transparência a dois requisitos: canal de atendimento ao leitor e publicação e reconhecimento de erros. Observamos, também, que nenhum jornal atende aos critérios que abordam os processos de relacionamentos com os leitores. Salvo a organização jornalística mais bem ranqueada na classificação geral, pois esta pontou em todos os requisitos. Isto é, divulgar os critérios que utilizam para tomar posições éticas e decisões editoriais na rotina jornalística se configura uma prática incomum entre os jornais nordestinos aqui avaliados.

Concluimos, ainda, que apenas três organizações apresentam, pelo menos, um dos três critérios que compõem o fórum de análise crítica. A baixa produtividade deste requisito se refere aos mecanismos de auto-avaliação, a partir de sugestões e revisões internas e externas a respeito da qualidade do conteúdo editorial. Os números são os seguintes:

- √ 90% dos jornais avaliados dispõem de canal de atendimento ao leitor;
- √ 57% das organizações em análise reconhecem e publicam seus erros;
- √ 28% dos jornais publicam cartas ou e-mails dos leitores ou usuários;
- √ 19% das organizações divulgam seus princípios éticos e editoriais;
- √ 14% dos jornais identificam que criaram conselho editorial;
- √ Com uma exceção, nenhum tem ombudsman, conselho de leitor e blog do editor.

2 - Classificação do conjunto de jornais por requisito



Fonte: Elaborado pelo autor

Já a terceira e última classificação eleva a preocupação sobre a necessidade de se incorporar a gestão editorial de forma sistematizada. Isso porque o diagnóstico mostra que o índice de satisfação dos padrões de atributos se restringe a dois eixos: insuficiente e regular.

A avaliação abaixo, desta feita, considera somente os dez primeiros jornais listados no ranking por total de pontos e demonstra que todos eles atendem insuficientemente cinco dos oitos requisitos aqui supracitados. Os outros três critérios de transparência editorial, quando atendidos, o são, no máximo, de maneira regular. Ou seja, não basta incorporar as ações e práticas de transparência, mas também cumpri-las de forma efetiva e com eficácia.

3 – Classificação dos requisitos por satisfação do padrão de atributos

| REQUISITO/PADRÃO | INSUFICIENTE | REGULAR | BOM | ÓTIMO |
|-------------------------------|--------------|---------|-----|-------|
| 2.1 - Reconhecimento de erros | 100% | - | - | - |
| 2.2 - Canais de atendimento | 50% | 50% | - | - |
| 2.3 - Publicação de cartas | 100% | - | - | - |
| 2.4 - Ombudsman | 90% | 10% | - | - |
| 2.5 - Conselho editorial | 100% | - | - | - |
| 2.6 - Conselho de leitores | 100% | - | - | - |
| 2.7 - Princípios editoriais | 80% | 20% | - | - |
| 2.8 - Blog do editor | 100% | - | - | - |

Fonte: Elaborado pelo autor

As experiências acima buscam avaliar como as organizações jornalísticas se estruturam, firmam compromissos e adotam práticas e ações na gestão editorial. Ao analisar a transparência dos jornais nordestinos associados à ANJ, o objetivo deste estudo é atestar a carência de mecanismos de avaliação de qualidade e, por consequência, justificar a urgência de incorporá-los através de padrões técnicos e científicos, a fim de sustentar a credibilidade jornalística. Essa credibilidade, segundo Guerra *apud* Sordi, Meireles, Grijo (2013), surge como resultado da fusão de outras duas credibilidades: da organização e da notícia.

“A credibilidade da informação resulta de uma série de dados capazes de atestar a aplicação do conjunto de compromissos editoriais nos processos jornalísticos e no produto noticioso produzido. Resulta, portanto, da demonstração pela equipe de jornalismo de que cada notícia foi processada em conformidade com os mais rigorosos métodos de trabalho, capazes de assegurar o efetivo cumprimento dos requisitos essenciais verdade, relevância e pluralidade. Ambas as credibilidades, da organização e da notícia, vão gerar um determinado grau de credibilidade editorial. A credibilidade editorial para se validar por meios técnicos e científicos requer a transparência em relação às informações necessárias para a aferição tanto da credibilidade organizacional quanto da credibilidade do conteúdo.” (GUERRA, p. 205, 2013)

Considerações Finais

Á época da descentralização da produção de notícias com o uso massivo das mídias digitais, o jornalismo e os jornalistas têm na gestão da qualidade o instrumento mais adequado e eficaz para superar a competitividade diante dos novos agentes de informação. É o caso de divulgar as decisões editoriais sobre seus processos e produtos; apontar e reconhecer falhas na gestão; estreitar o relacionamento com o público com a emissão de respostas. Esses critérios aqui abordados como consistentes na gestão da transparência

possibilitam o alcance da credibilidade, quando atendem ao que propõem de forma efetiva. Isso, também, justifica a valorização desses conceitos com o acirramento da concorrência.

Ao reforçar a preocupação com o controle, correção e medição da qualidade dos produtos jornalísticos, consideramos que a aplicação desses métodos de avaliação de qualidade esbarram, também, na resistência da cultura organizacional da área. Dessa forma, efetivar uma gestão editorial com transparência nas ações é uma missão análoga à estrutura da organização, seus compromissos editoriais e à cultura profissão do ambiente jornalístico, na tentativa de assegurar e fortalecer o lugar do jornalismo na sociedade como instituição.

Vale pontuar que a gestão da qualidade no jornalismo não se limita a observar o estabelecimento de instrumentos de auto-avaliação, como o programa de autorregulamentação da ANJ, mas também a aferir e aprimorar permanentemente o cumprimento de seus requisitos. Essa sistematização permite, por exemplo, que as organizações compartilhem e incorporem entre si práticas e ações transparentes apontadas como produtivas nas avaliações mútuas, com a finalidade de qualificar a gestão editorial. É o que o presente artigo conclui, ao apontar que os jornais até propõem adotar práticas de transparência, mas atendem os requisitos de maneira insuficiente e/ou regular. Trata-se, neste aspecto, de uma lacuna a ser preenchida pelas organizações jornalísticas, em virtude da carência de instrumentos sólidos e regulares de avaliação da qualidade no jornalismo.

Isto posto, e a partir das incorreções que identificamos no cumprimento dos requisitos em análise através do programa de autorregulamentação dos jornais, concluimos que o desenvolvimento de mecanismos que atendam ao sistema de gestão da qualidade se torna uma estratégia desafiadora e promissora para sobrevivência do setor como negócio. Efetivar práticas de *accountability*, através da sistematização de indicadores, padrões e requisitos, insere-se na cultura da avaliação, a fim de propiciar a transparência editorial. Esse entendimento, por fim, alça o conceito de qualidade como um investimento estratégico no jornalismo, e não somente como uma mera característica da produção jornalística.

Referências Bibliográficas

ABNT NBR ISO 9000:2005. **Sistemas de Gestão da Qualidade – Fundamentos e vocabulário.**

Associação Nacional de Jornais. **Programa Permanente de Autorregulamentação.** Disponível em: <http://www.anj.org.br/programa-permanente-de-autorregulamentacao-2> Acesso: 01/06/2016.

BOGART, Leo. "**Reflections on Content Quality in Newspapers**", Newspaper Research Journal, Vol. 25, nº. 1: p. 40 a 53, 2004.

CARNEIRO, Alexandre; OLIVEIRA, Deyvison; TORRES, Luciene. **Accountability e Prestação de Contas das Organizações do Terceiro Setor: Uma Abordagem à Relevância da Contabilidade**. v. 6, n. 2, p. 90 a 105, 2011. Disponível em <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.308/index.php/ufrrj/article/viewFile/1206/1142> Acesso: 02/06/2016.

International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA). **Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets**. Jun 2007. Disponível em: <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html> Acesso: 12/06/2016.

MARINHO, Sandra. **Formação em Jornalismo numa sociedade em mudança - modelos, percepções e práticas na análise do caso português**. Cap. 3 – O futuro da formação em jornalismo e a medição da sua qualidade, p. 187 a 256, 2011.

MATTUS, Maria . **"Wikipedia – Free and Reliable? Aspects of a Collaboratively Shaped Encyclopaedia"**, Nordicom Review , Vol. 30, nº. 1: pp. 183-199. 2009.

MEYER, Phipip. **"The Influence Model and Newspaper Business"**, Newspaper Research Journal, Vol. 25, nº. 1: pp. 66-83. 2004

PATTERSON, Thomas. **Doing well and doing good: how soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about that**. Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University. Disponível em: <http://www.ksg.harvard.edu/presspol/publications/pdfs/softnews.pdf> Acesso: 07/06/2016.

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso. **"Some Controversial Ideas about Media Quality"**, Robert G. Picard (ed), *Evolving Media Markets: Effects of Economic and Policy Changes*, Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration, pp. 120-141. 1998.

GUERRA, Josenildo. **Transparência Editorial: A Credibilidade Jornalística à luz dos Sistemas de Gestão da Qualidade**. Revista Latino Americana de Ciências da Comunicação. p. 196 a 205, 2013. Disponível em: <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/352/325> Acesso: 30/05/2016.