



Gestão da Qualidade: avaliação da transparência editorial de veículos sergipanos a partir do uso do software

Josiane Santos Mendonça¹
Josafá Bonifácio da Silva Neto²
Josenildo Luiz Guerra³

Resumo: Esta pesquisa teve como meta avaliar a gestão editorial de organizações/produções jornalísticas para a produção de produtos de qualidade através dos compromissos firmados e de sua estrutura organizacional. Para análise dos requisitos relativos a Compromissos e Estrutura organizacional, foi realizada pesquisa documental e bibliográfica. Após esse levantamento, foi aplicado o formulário de avaliação com os requisitos avaliados, por meio do uso do software (Q-Avalia) experimental, em organizações jornalísticas sergipanas. Foi realizado o preenchimento simulado do instrumento, a fim de testar a consistência das questões e o desempenho do software em processar as informações. O desafio de desenvolver instrumentos de avaliação de qualidade é contemplado pela ideia de accountability (ou sistemas de responsabilização de mídia).

Palavras-chave: Jornalismo. Transparência. Qualidade. Gestão. Software.

1. Introdução

A gestão da qualidade jornalística atravessa pelo menos três dimensões organizacionais: os compromissos e a estrutura organizacional, os processos de produção e os produtos (Guerra, 2010). Dimensões essas, contempladas na pesquisa Gestão da Quali-

¹ Autora. Graduanda em Jornalismo na Universidade Federal de Sergipe. Bolsista voluntária no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC (2014-2016).

² Co-autor. Graduando em Jornalismo na Universidade Federal de Sergipe. Bolsista no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação – PIBITI (2015-2016).

³ Orientador. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professor do curso de Jornalismo e Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe.

dade em Organizações Jornalísticas: um panorama inicial, projeto principal do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicada ao Jornalismo (Qualijor), desenvolvido no âmbito do Laboratório de Estudos em Jornalismo (Lejor), da qual a presente pesquisa é um eixo de desenvolvimento. Este trabalho atua no eixo compromissos e estrutura organizacional para avaliar como a organização jornalística firma compromissos e institui práticas de gestão editorial voltadas para a qualidade. A título de exemplo, a afirmação dos valores democráticos como princípios de ação editorial, definição clara e precisa de diretrizes editoriais, a disposição de seu corpo dirigente em perseguir as melhores práticas jornalísticas, foco nas necessidades e expectativas da sociedade e de sua audiência, entre outros.

Na primeira etapa desta pesquisa, realizada no período 2014/2015, foi feita uma análise em três organizações jornalísticas de diferentes meios. Avaliamos a existência e transparência de informações relacionadas à sua linha editorial, expostas em cada uma. Ou seja, quais informações de fato encontravam-se disponíveis e de que forma. Para isto, foi desenvolvido um formulário de avaliação incluso no Q-Avalia.

Este formulário foi utilizado como ferramenta de avaliação – onde continha 10 requisitos referentes à transparência editorial - e o sistema de pontuação correspondente. Foram analisados um site noticioso, a versão online de um jornal impresso e um programa jornalístico de tevê. Foi possível aferir, inicialmente com esta primeira análise, o desempenho com a qualidade e a transparência editorial desses veículos, além de poder comparar as melhores práticas e perceber que, apesar dos esforços já empregados, ainda é preciso evoluir bastante em termos de transparência editorial para garantir assim maior credibilidade da organização.

Agora, nesta segunda etapa, a intenção foi avançar na abordagem teórica sobre o tema e aperfeiçoar a avaliação empírica. Primeiramente, foi aprofundado o estudo das referências teóricas. Em seguida, o levantamento empírico feito com o uso do software Q-Avalia, além de que, foi trabalhado uma segunda versão do formulário, agora com 15 requisitos. E, desta vez, avaliou-se produções jornalísticas do Estado de Sergipe, mais especificamente, três jornais impressos e suas versões online e um Portal de notícias.

2. A gestão da qualidade no jornalismo

A qualidade jornalística é bastante discutida na área, mas de forma geral, pois há poucos estudos sobre o assunto, menos ainda sobre uma metodologia de avaliação que possa aferir a qualidade de organizações em níveis aceitáveis de confiabilidade.

Qualquer um que tentar pesquisar informações que registrem as condutas de trabalho de um veículo de comunicação, seja qual for, sentirá dificuldades em encontrá-las, isso se existir. Os poucos que oferecem alguma informação, muitas vezes, tentam dificultar seu acesso, escondê-lo. Isso quando não o divulga diretamente, pois em alguns casos só é possível encontrar algo buscando outros meios, como através de mecanismos de busca do Google.

No entanto, a transparência editorial se constitui numa postura de gestão que leva à credibilidade organizacional. Quanto mais disponível e transparente estiver informações sobre, por exemplo, a política e objetivos de qualidade editorial da organização, seus princípios editoriais, quem são os proprietários, se há espaço para correção de erros, canais de relacionamento e interação com o público, etc, maior credibilidade conseguirá perante o público.

"Numa época em que as informações se proliferam no ambiente da internet, em que todos se arvoram ao *status* de produtores de informação, a transparência em relação a quem se credencia a esse serviço e da forma como o faz pode ser uma atitude decisiva para se distinguir aqueles dignos de credibilidade dos demais". (GUERRA, 2014, p.12 a 13).

Para Guerra, quatro princípios fundamentam o trabalho de avaliação aqui estruturado: o jornalismo é uma atividade essencial pela responsabilidade que tem em informar e agendar a sociedade em temas de interesse público; os valores éticos e políticos que são a base das sociedades democráticas contemporâneas constituem salvaguardas inalienáveis para a prática do bom jornalismo, o que exige que a atividade jornalística se adeque também a suas exigências, a fim contribuir com sua consolidação e aperfeiçoamento; pelas responsabilidades que assume e pelas prerrogativas que recebe nas sociedades democráticas, o jornalismo necessita submeter-se a práticas de avaliação regulares, que tenham foco em questões técnicas e sejam realizadas de forma sistemática, como aquelas relacionadas à gestão da qualidade; e as organizações jornalísticas têm auto-

nomia editorial para definir os perfis de suas produções jornalísticas, respeitando, entretanto, os demais princípios, que asseguram o seu enquadramento dentro do rol de organizações jornalísticas responsáveis ou “de qualidade”.

O uso do software permite a avaliação autônoma por três atores sociais: 1) pesquisadores ou grupo independente de avaliação; 2) a autoavaliação da organização; e 3) a avaliação dos usuários de notícia. Cada uma dessas avaliações autônomas permitirá uma comparação das organizações avaliadas entre si. Cada avaliação deverá gerar um ranking de pontuação, que apontará os jornais melhor avaliados.

Além disso, deverá permitir também a comparação entre as avaliações, isto é, confrontar as avaliações entre os três atores, a fim de detectar diferentes percepções sobre a avaliação geral da produção e a avaliação de pontos específicos. Esses métodos de aferição podem dar suporte para várias iniciativas que visam fiscalizar e monitorar o atividade, constituindo-se uma ferramenta de accountability para organizações.

Os conceitos que autores trazem sobre o que seria a qualidade jornalística estão relacionados, em sua maioria, à excelência da prática profissional ou, no mínimo, a entrega da notícia como um produto que satisfaz o seu esperado. Porém, ter uma gestão transparente também pode contribuir com a elevação dessa qualidade.

Guerra (2010) a define da seguinte maneira:

"qualidade, de início, deve-se considerar as melhores práticas e resultados de uma organização (...) pensar a qualidade requer pensar e repensar o conjunto do trabalho organizacional. Desde as decisões estratégicas da organização, que configuram as especificações do produto a ser produzido, até a formação do jornalista, com a adequada preparação de suas competências profissionais básicas ajustadas às demandas de um ambiente organizacional destinado a produzir notícias". (GUERRA, 2010, p. 169).

Para Rothberg (2010), "qualidade é a informação abrangente em nível suficiente para permitir avaliações embasadas sobre as consequências da adoção de determinadas políticas, de modo a fundamentar cálculos sobre ganhos, perdas e formas de se obter equilíbrio entre eles" (ROTHBERG, 2010, p.27).

Na visão de Slack, Chambers e Johnston, por exemplo, qualidade pode ser definida, sinteticamente, como “a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores” (2007, p.71). Bertrand (2002, p.25) fala que a qualidade pode originar-se da combinação de mercado, lei e ética. “Ética não é mordaza. O que ela pede não é menos

notícia, mas melhor notícia: a informação correta, completa, digna” (CHAPARRO *apud* SELIGMAN 2010, p. 125).

A compreensão global da análise de qualidade para organizações jornalísticas deve partir do entendimento do que é qualidade: “o grau no qual um conjunto de características inerentes [do produto] satisfaz a requisitos” (ABNT NBR ISO 9000:2005, p. 8). Assim, entende-se que a organização para se ter um produto efetivamente de qualidade precisa não só dizer que oferece tal produto, mas entregá-lo de fato ao consumidor. Nesse sentido, é esta a definição de fundo que perpassa todas as anteriores. Os requisitos a serem considerados, na avaliação deste trabalho, são justamente os itens relativos à gestão editorial que se espera as empresas tenham implementado.

Os compromissos e a estrutura organizacional - uma das dimensões organizacionais - precisa ser atravessada pela gestão da qualidade jornalística para que exista a clareza de informações importantes que permitam atestar a credibilidade organizacional e do conteúdo. Assim, a proposta aqui teve o intuito de avaliar um conjunto de itens que avalizem as credenciais da organização para a prática do bom jornalismo. O objetivo aqui proposto foi de desenvolver recursos de gestão organizacional que proporcionem transparência editorial às empresas jornalísticas e, conseqüentemente, isso se reverteria numa maior credibilidade editorial.

A pesquisa toma como base o Media Accountability Systems - MAS (ou sistemas de responsabilização da mídia), que são meios não-governamentais utilizados para induzir a mídia a prestar bons serviços públicos. Conceito este, tratado por Bertrand (2002), onde o autor cita, também, exemplos de práticas já instauradas em alguns países, de diferentes continentes, que busca se aproximar dessa tentativa. Como é o caso aqui de desenvolver um software para essa finalidade.

"Uma política arrojada de qualidade editorial pode reverter o descrédito em credibilidade, não “presumida”, mas sustentada por indicadores elaborados e aplicados em avaliações regulares do seu produto noticioso(...) a avaliação de qualidade deve ser vista como um recurso fundamental para a certificação de credibilidade das organizações jornalísticas". (GUERRA et al, 2013, p.3).

Teixeira (2014) reforça que "com a crise institucional calcada numa potencial diluição do papel de intermediação dos meios de comunicação, a adoção de estratégias

de legitimação torna-se ainda mais crucial para os veículos de imprensa" (TEIXEIRA, 2014, p. 52). *Accountability*, portanto, traduz-se no português em responsividade, assim

"pode ser estendido aos jornais, revistas e emissoras de rádio e tevê, entendido como o "processo que invoca a responsabilidade objetiva e subjetiva dos profissionais e veículos de comunicação através da organização da sociedade e da constituição de espaços públicos democráticos de discussão" (OLIVEIRA *apud* PAULINO, 2010, p.37).

Teixeira considera, ainda, como interação mútua com *accountability* nas mídias sociais aquela em que o meio de comunicação se vê compelido a dar respostas sobre determinados posicionamentos editoriais, rotinas de produção e decisões institucionais falando diretamente e de maneira pública para o interlocutor que fez o questionamento (TEIXEIRA, 2014, p.49).

Contudo, o esforço deste trabalho é em oferecer algum rigor científico e técnico aos dados para aferição dos resultados jornalísticos a fim de contribuir com o debate tão presente não apenas na sociedade brasileira, mas em importantes democracias mundiais (Guerra; Lins, 2014). Pois, o desenvolvimento de instrumentos de avaliação de qualidade se insere num esforço de cobrar aos meios de comunicação a prestação de contas do serviço que oferecem. O intuito é também que as organizações jornalísticas tenham o interesse e adotem um sistema de gestão da qualidade, tão necessário para uma organização que pretenda sobreviver numa democracia.

O conceito de transparência, "embora muito valorizado em nossos dias, foi precedido, em tempo e valor, pela noção de 'publicidade'" (GOMES et al, 2015). Também Amy Gutmann e Dennis Thompson notaram que,

"a publicidade não apenas constringe as autoridades públicas a fazerem o que deles é esperado por todos, mas é também valiosa 'por ser uma amiga da *accountability*', bem como por encorajar 'os cidadãos a deliberar sobre políticas públicas' e por possibilitar 'que autoridades aprendam sobre a e da opinião pública'". (GUTMANN, THOMPSON, 1996, p.97).

Ramos (2014) lembra que é dever do cidadão discutir a qualidade jornalística e que, dessa forma, é possível chegar a informação de qualidade. Logo, o desenvolvimento do software é para que o público, principalmente, tenha a possibilidade de avaliar se uma organização jornalística, de fato, lhe oferece produtos de qualidade e as incentive ser mais transparentes com suas responsabilidades.

3. O instrumento de avaliação com uso software

O foco deste estudo é estimular práticas de gestão e produção de conteúdos orientados para qualidade editorial, com foco nas demandas da audiência e da sociedade, que elevem e consolidem a credibilidade de organizações jornalísticas, revertendo em ganhos simbólicos e materiais o investimento realizado.

Testar e desenvolver instrumentos de avaliação capazes de aferir o desempenho de organizações jornalísticas; difundir uma cultura de accountability e transparência na atividade jornalística, através de avaliação baseada em métodos quanti-qualitativos; e incorporar princípios de gestão da qualidade à gestão editorial de organizações.

Para análise dos requisitos relativos a Compromissos e Estrutura organizacional foi realizada pesquisa bibliográfica, levantamento de obras sobre accountability e qualidade; e pesquisa documental, para levantamento de relatórios de avaliação de organizações e produções, ou seja, levantamento de documentos das organizações a partir das quais a avaliação foi implementada.

Por documentos das organizações, entende-se o conjunto de textos que explicam e orientam sobre sua gestão editorial. Podem ser desde documentos de caráter normativo, passando por manuais e relatórios, até textos de divulgação sobre suas ações. O processo de avaliação foi feito da seguinte forma:

1. Análise do veículo (jornal impresso, site/portal);
2. Busca das informações que se adequam ao indicador em análise;
3. Quando encontrada tal informação, fez-se sua descrição analisando o grau de compatibilidade do que foi identificado com o conceito que o indicador avaliado requer;
4. Em seguida, após constatar a existência do item, atribuiu-se a pontuação. A depender do que foi identificado a pontuação sofreu penalização perdendo ponto, caso a informação apresentada não satisfaça totalmente o indicador;
5. Depois da atribuição da nota é feita a média do desenvolvimento de cada veículo avaliado e a comparação entre ambos.

Para esse levantamento, foi aplicado uma segunda versão do formulário de avaliação com 15 requisitos avaliados e já contido no software Q-Avalia, desenvolvido para essa finalidade. Em seguida, os itens foram processados por meio do software e, assim,

foi realizada a avaliação das organizações gerando os relatórios com o resultado e fazendo-se cruzamento entre os dados, a fim de comparar o desempenho entre organizações em relação a cada item específico da avaliação.

3.1 – Formulário: Estrutura e Sistema de Pontuação

O Formulário de Configuração é composto por Categoria > Requisito > Indicador > Subindicador. Nele, há um padrão de avaliação que gera duas escalas de medição de desempenho articuladas entre si, embora independentes: Conceitual (gera um conceito) e Numérica (gera uma nota); A escala conceitual visa definir faixas de pontuação dentro das quais incluir organizações que estejam num patamar similar de desempenho, embora possam se diferenciar por estágios mais ou menos elevados, definidos pela escala numérica. Dentro de cada conceito, há três faixas de pontuação que indicam, de forma progressiva, o estágio inicial na faixa, o estágio consolidado na faixa, e o estágio avançado na faixa, que sinaliza um movimento rumo ao estágio superior.

O processo de avaliação realiza uma comparação entre as práticas existentes na organização com requisitos de qualidade passíveis de serem aplicados a organizações jornalísticas, reunidos em quatro grupos: requisitos jornalísticos essenciais, requisitos ético-políticos, requisitos da gestão da qualidade e, por fim, requisitos firmados pelas próprias organizações.

Os indicadores, por sua vez, se subdividem em subindicadores, a fim de avaliar diferentes dimensões do indicador. Para avaliação dos subindicadores, são aplicados três critérios (existência, conteúdo e efetividade). Já os subindicadores usados para avaliar cada um dos indicadores são Planejamento, Implementação, Disseminação e Transparência. O conjunto de requisitos está estruturado, para fins desta avaliação, em categorias. E cada requisito será avaliado com base em um ou mais indicadores.

Cada subindicador receberá um CONCEITO, correspondente a uma determinada NOTA. A NOTA de cada subindicador irá compor a NOTA/CONCEITO do Indicador, por meio de média simples ou ponderada, a depender da adoção de pesos diferenciados, o que será decidido caso a caso. E a NOTA/CONCEITO dos Requisitos será extraída a partir da média dos indicadores (simples ou ponderada), da mesma forma a NOTA/CONCEITO da Categoria será extraída da média dos requisitos nela contidos. O

mesmo princípio valerá para a NOTA/CONCEITO final da organização, que será a média (simples ou ponderada) do resultado obtido pelo conjunto das categorias avaliadas.

A seguir, a versão do formulário desenvolvido manualmente nesta pesquisa:

Quadro 1 – Padrão de conceitos e notas para avaliação de qualidade editorial

Resultado		Desempenho	
Conceito	Nota		
X	100 (95-100)	EXCELENTE - Desempenho superior consolidado em relação ao previsto no instrumento de avaliação.	
A	A +	95 (90-94)	MUITO BOM - Desempenho superior ao previsto no conceito, que sugere emergente posição de liderança rumo ao conceito de Excelência.
	A	85 (80-89)	MUITO BOM - Desempenho satisfatório consolidado em relação ao conceito.
	A -	75 (70-79)	MUITO BOM - Desempenho em fase de consolidação em relação ao conceito.
B	B +	65 (60-69)	BOM - Desempenho ligeiramente superior ao previsto ao conceito atual, que sugere uma perspectiva de elevação do conceito.
	B	55 (50-59)	BOM - Desempenho satisfatório consolidado em relação ao conceito.
	B -	45 (40-49)	BOM - Desempenho em fase de consolidação em relação ao conceito.
C	C +	35 (30-39)	REGULAR - Desempenho ligeiramente superior ao conceito atual, que sugere uma perspectiva de elevação do conceito.
	C	25 (20-29)	REGULAR - Desempenho satisfatório consolidado em relação ao conceito.
	C -	15 (11-19)	REGULAR - Desempenho em fase de consolidação em relação ao conceito.
D	D +	10(06-10)	RUIM – Desempenho baixo por não possuir instrumentos previstos no conceito, mas a organização se permite avaliar.
	D	05(01-05)	RUIM – Desempenho ruim em Existência e Transparência.
	D -	Zero	RUIM – Desempenho ruim por não permitir ou dispor de meios que permitam a realização da avaliação.

3.3 – Regra de pontuação de Indicadores:

- 1) Os indicadores devem ter descrição e escopo definidos, onde “descrição” caracteriza o indicador e “escopo” apresenta itens que o indicador deve contemplar;
- 2) Os itens do escopo devem ser enumerados, constituindo parâmetros de avaliação, quando aplicáveis, dos subindicadores a partir da aplicação das regras de avaliação;
- 3) Para avaliação, são aplicadas alguns critérios:
 - 4.1) Critério de existência: verifica a existência seja de documentos (Planejamento) seja de ações (de Implementação, Disseminação e Transparência), de acordo com a aplicabilidade;
 - 4.2) Critério de efetividade: verifica resultados dos itens avaliados, se o item avaliado, além de existir, é capaz de gerar resultados positivos;
 - 4.3) Critério de acesso: verifica a facilidade com que o público recebe ou alcança a informação de que precisa;
 - 4.4) Critério de conteúdo: verifica se documentos ou ações informados abrangem os tópicos relacionados no escopo do indicador.
- 4) A aplicação dos critérios aos indicadores se dá conforme ilustrado no Quadro 2.

4. A avaliação de qualidade de veículos sergipanos

A análise da transparência editorial dos veículos em investigação se divide em três classificações, sendo que cada uma destas se refere a um indicador supracitado, a fim de medir o grau de cumprimento de cada item. Essa divisão sistematiza a compreensão da avaliação em conformidade como os parâmetros de qualidade.

Quadro 2 – Resultado da análise da transparência editorial

	Jornal da Cidade www.jornaldacidade.net		Jornal do Dia www.jornaldodiase.com.br		Correio de Sergipe www.correiodesergipe.com	
	Impresso	Online	Impresso	Online	Impresso	Online
Categoria 1 Requisito 1.2 Indicador 1.2.1 Código de ética	É filiado a Associação Nacional de Jornais - ANJ que possui um Código de ética específico para os seus associados. Na segunda página da versão impressa do jornal, parte superior, o JC menciona a entidade.	Sem registros encontrados.	Também é filiado a ANJ e menciona isto na sua segunda página, parte inferior.	Na sua versão online, o jornal propaga a ANJ.	Sem registros encontrados.	Sem registros encontrados.
Existência	B- 45	D- Zero	B- 45	B- 45	D- Zero	D- Zero
Conteúdo	C- 15	D- Zero	C- 15	C- 15	D- Zero	D- Zero
Acesso	C 25	D- Zero	C 25	C 25	D- Zero	D- Zero
Efetividade	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero
Nota Final Indicador	C 21,25	D- Zero	C 21,25	C 21,25	D- Zero	D- Zero
Indicador 1.2.2 Identificação de proprietários, gestores editoriais, profissionais.	Na segunda página, canto esquerdo da parte superior, o jornal informa o nome do superintendente, diretor de redação, chefe de reportagem, diretora administrativa, diretor comercial e o endereço e telefone do jornal. Nas editorias é mencionado o nome do editor/e-mail.	Sem registros encontrados.	Na segunda página, parte inferior, o jornal informa o nome e e-mail do diretor geral, diretora executiva e editor geral, assim como o endereço, telefone e e-mail do jornal e da redação. Em matérias assinadas, também está o e-mail do repórter.	Sem registros encontrados.	Na segunda página, parte inferior, o jornal informa o nome do diretor presidente, diretor executivo, editora chefe e diretora comercial, o endereço e telefone do jornal, e-mail e telefone da redação, e-mail do espaço do leitor. E, no caderno Sobre Rodas, edição de fim de semana, informa o nome da editora-chefe e jornalista responsável, além deste ter seu próprio editorial.	Sem registros encontrados.
Existência	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero
Conteúdo	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero
Acesso	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero	C 25	D- Zero
Efetividade	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
VI Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo
Palhoça – Unisul – Novembro de 2016

Nota Final Indicador	C- 18,75	D- Zero	C- 18,75	D- Zero	C- 18,75	D- Zero
<p>Categoria 2 Requisito 2.1 Indicador 2.2.1</p> <p>Canais regulares para promover a interação com a audiência e a sociedade.</p>	Na primeira página, parte inferior, tem o "Fale com o JC" onde informa o telefone geral, dois telefones da redação e o e-mail da redação.	Na parte superior e esquerda da primeira página e no rodapé, encontra-se Contato. Clicando neste, o leitor pode tirar dúvidas sobre notícias, sugerir pautas. Basta preencher um formulário com nome, e-mail, assunto e mensagem e selecionar a quem quer destinar, por exemplo, à redação. Se preferir, informa ainda telefone para que o jornal entre em contato. Nesta mesma página está o endereço e e-mail do jornal.	A segunda página é o "Espaço do leitor", onde são publicados os e-mails e cartas com o nomes dos leitores.	No rodapé da primeira página em Índice>Opinião, é publicado "cartas". Na parte superior, informa o contato telefônico. E, clicando no menu Contato, este também no rodapé, está o Fale Conosco onde o leitor preenche um formulário com nome, e-mail e mensagem ao jornal. Os links do twitter e facebook estão no rodapé da primeira página.	No rodapé da primeira página em "Fale com a gente" informa o telefone da redação. No rodapé da segunda página, informa o endereço do jornal, telefone geral, e-mail e telefone da redação e e-mail do espaço do leitor. No entanto, a efetividade deste espaço não foi claramente identificado.	Na primeira página está o link "Envie sua notícia" onde o leitor informa nome, e-mail, telefone, tipo da notícia e anexa o arquivo que deseja enviar (foto, vídeo, texto). No rodapé desta página, está o endereço do jornal, telefone e informação das redes sociais facebook, twitter e you tube, porém, sem as linkar. No menu, primeira página, clicando em Contato o leitor informa nome, e-mail, telefone, setor, assunto e mensagem, ao lado direito desta página também está o link "Envie sua notícia".
Existência	C 25	B- 45	C 25	B- 45	C 25	B- 45
Conteúdo	D 5	C 25	D 5	C 25	D 5	C 25
Acesso	C 25	B 55	B- 45	B 55	C 25	B 55
Efetividade	D- Zero	D- Zero	D 5	D- Zero	D- Zero	D- Zero
Nota Final Indicador	C- 13,75	C+ 31,25	C 20	C+ 31,25	C- 13,75	C+ 31,25
<p>Indicador 2.2.3</p> <p>Participação em órgão de autorregulação</p>	O jornal é participante da Associação Nacional de Jornais - ANJ. Esta está contida na segunda página.	Sem registros encontrados.	O jornal também faz parte da ANJ e menciona na sua segunda página.	Na versão online, propaga a ANJ.	Sem registros encontrados.	Sem registros encontrados.
Existência	B- 45	D- Zero	B- 45	B- 45	D- Zero	D- Zero
Conteúdo	D 5	D- Zero	D 5	D 5	D- Zero	D- Zero
Acesso	C 25	D- Zero	C 25	C 25	D- Zero	D- Zero
Efetividade	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero
Nota Final Indicador	C- 18,75	D- Zero	C- 18,75	C- 18,75	D- Zero	D- Zero
<p>Categoria 4 Requisito 4.2 Indicador 4.2.1</p> <p>Correção de erros, garantia do contraditório e atualização do conteúdo.</p>	Foi constatado em nota intitulada "Erramos/Errata", correções feitas em matérias publicadas pelo jornal em edição anterior. Também menciono título da matéria corrigida e a edição em que foi publicada.	Pesquisando em "Busca" foi encontrado Erratas. Clicando em Contato, no menu, há o canal "Dúvidas Técnicas" neste o leitor solicita onde encontrar informações e avisa erros.	Na página do "espaço do leitor" foi constatado nota intitulada "Errata" e mencionando o título da matéria com a correção apresentada. Além também de "Nota de esclarecimento" para outra matéria antes publicada.	Pesquisando em "Busca" foi encontrado Erratas com informação do título e edição em que a matéria com erro foi publicada.	Foi constatado box intitulado "Errata". Neste, o jornal corrige uma informação dada errada em matéria publicada pelo jornal, mencionando o título da matéria e a edição em que foi publicada anteriormente. O espaço, porém, não é fixo.	Sem registros encontrados.
Existência	C 25	C 25	C 25	C- 15	C 25	D- Zero
Conteúdo	D+ 10	C 25	D+ 10	D+ 10	D+ 10	D- Zero
Acesso	C 25	C 25	C 25	C- 15	C 25	D- Zero
Efetividade	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero	D- Zero
Nota Final Indicador	C- 15	C- 18,75	C- 15	D+ 10	C- 15	D- Zero

Todos os jornais acima informam na primeira página do impresso seu endereço na internet. Na versão online, o Jornal da Cidade e o Correio de Sergipe disponibilizam para *download* a versão impressa. Outra observação é que, no impresso, o Jornal do Dia e o Correio de Sergipe publicam seu Editorial identificado como tal, já o Jornal da Cidade, não. A diferença de pontos entre os jornais foi mínima. O fato do Correio não ser vinculado a um órgão de autorregulamentação, como a ANJ, o deixou em desvantagem.

Os jornais não apresentaram nem metade dos 15 indicadores contidos no formulário e, na média, mantiveram sempre os Conceitos C e D. Curioso também que, na maior parte dos indicadores, as versões online tiveram um desempenho mais baixo que os impressos. O que demonstra que, apesar de sabermos que o impresso tem limites de espaço, estes jornais também têm seu espaço na internet, mas nem assim mostram-se preocupados em implementar uma política editorial mais transparente que garanta qualidade em seus produtos e que possa ser usado como um instrumento de *accountability*.

Para melhor enfatizar a análise, também foi avaliado um portal de notícias que desde o seu surgimento, há 20 anos, atua somente na internet, a Infonet.

Quadro 4 - Resultado da análise de transparência editorial

	Portal Infonet www..infonet.com.br
Categoria 1 Requisito 1.1 Indicador 1.1.1 Projeto Editorial	No menu e no rodapé da primeira página do Portal em "Especiais>20 Anos Infonet", há nesta o documento "Editorial" que apresenta o conjunto de orientações e valores que definem o padrão jornalístico para a organização, com referência ao Código de Ética, e firma compromissos com a audiência e a sociedade.
Existência	B- 45
Conteúdo	C- 15
Acesso	C- 15
Efetividade	D- Zero
Nota Final Indicador	C 18,75
Indicador 1.2.2 Identificação de proprietários, gestores editoriais, profissionais	No rodapé da primeira página em "Expediente" divulga e-mail para falar com a Redação e nomes da editora, repórteres, diretor-executivo, designers etc.
Existência	C 25
Conteúdo	C 25
Acesso	C 25
Efetividade	D- Zero

Nota Final Indicador	C 18,75
Categoria 2 Requisito 2.2 Indicador 2.2.1 Canais regulares para promover a interação com a audiência e a sociedade	No rodapé da primeira página há os ícones que linkam para as redes sociais Twitter, WhatsApp, Facebook, You Tube, assim como telefone, e-mail e endereço do veículo. Ao clicar no do WhatsApp, aparecerá a página "Envie sua notícia" onde o leitor tanto pode enviar pelo número do Zap quanto através de formulário preenchendo com nome completo, e-mail, telefone, mensagem e anexa o arquivo.
Existência	C 25
Conteúdo	C- 15
Acesso	C 25
Efetividade	D- Zero
Nota Final Indicador	C- 16,25
Categoria 4 Requisito 4.2 Indicador 4.2.1 Correção de erros, garantia do contraditório e atualização do conteúdo	Digitando "errata" no espaço de "busca" do portal, é encontrado erratas. Nestas é informado a data em que a matéria foi publicada errada e apresentada a correção. O leitor tem a opção de ordenar a pesquisa por relevância ou por data de publicação, assim como através de "imagem" (foto que saiu na matéria). Segundo o Portal em "Editorial", caso alguma matéria seja corrigida, será informado ao fim do texto.
Existência	C 25
Conteúdo	D+ 10
Acesso	C- 15
Efetividade	D- Zero
Nota Final Indicador	C- 12,5

Nota-se, portanto, que o nível também foi similar ao dos jornais. A pontuação é mais elevada no quesito Existência e Acesso do que no quesito Conteúdo e Efetividade, este sempre zero.

Percebe-se então que os veículos sergipanos não promovem uma política básica de transparência editorial, seja no impresso, assim como em sua versão online, ou mesmo num veículo que atua unicamente na internet, espaço este que oferece uma maior possibilidade de se praticar esse tipo de iniciativa meramente fundamental na sociedade democrática.

O que mais chamou a atenção é que, principalmente em requisitos que dizem respeito aos princípios, compromissos e responsabilidades da organização absolutamente nada foi encontrado nos jornais que também veicula impresso. E que, no Portal Infonet não existe um espaço específico para publicação de cartas/e-mails do leitor.

Quadro 5 – Resultado da transparência editorial como “melhor prática”

	JC Impres- so	JC Online	J. do Dia Impresso	J. do Dia Online	Correio de SE Impresso	Correio de SE Online	Portal Infonet
TOTAL	D 5,83	D 3,33	D+ 6,25	D 5,41	D 3,16	D 2,08	D 4,41

Nota-se, portanto, que o desempenho de todos foi similar, com Conceito D, ou seja, ruim. Apesar da diferença pouca, percebe-se ainda que os impressos estão com uma pontuação mais elevada que os online. O jornal Correio de Sergipe, porém, teve um nível mais baixo que os demais nas duas versões.

5. Considerações finais

Após consolidar o desenvolvimento do software, o teste de avaliação da gestão da qualidade das organizações jornalísticas comprovou o caráter tecnológico e inovador deste projeto, ao permitir que a metodologia, depois da sua elaboração, fosse incorporada ao software, a fim de sistematizar a avaliação. Diante da medição com o uso instrumento, atestamos que os jornais em investigação apresentam incorreções no cumprimento das práticas e ações de transparência editorial na busca da credibilidade e da confiabilidade jornalística.

Nesse contexto, a análise do conjunto de jornais, além de servir ao teste do software, apontou que as organizações precisam, com urgência, adotar mecanismos de auto avaliação, externalizar a avaliação ao público, e cumprir as de forma efetiva as diretrizes éticas e editoriais que assume perante a sociedade.

O intuito da análise de um conjunto de itens que avalizam as credenciais de uma organização para a prática do bom jornalismo, mostrou o baixo nível em que se encontram os veículos que consumimos informações diárias e que nos são essenciais.

As empresas não informam suas responsabilidades com o produto que oferecem. O público, pouco pode conhecer sobre elas, até parece que são vistos como "meros consumidores não exigentes". Por isso, a preocupação aqui em desenvolver recursos de gestão organizacional que proporcionem transparência às empresas jornalísticas e que se reverta numa maior credibilidade permitindo ao público cobrar o melhor produto.

6. Referências bibliográficas

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

BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia*. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru, SP: Edusc, 2002. p. 513

CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org). *Vitrine e vitraço: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo*. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom 2010.

GUERRA, Josenildo Luiz. *Transparência editorial: a credibilidade jornalística à luz dos sistemas de gestão da qualidade*. 2014.

GUERRA, J., CHRISTOFOLETTI, R., BALDESSAR, M. J., LIMA, S. P.. *A qualidade do conteúdo da Agência Brasil/EBC: avaliação dos requisitos “diversidade”, “pluralidade” e “cobertura de políticas públicas”*. Revista Eptic Online, 2013.

GOMES, Wilson; AMORIM, Paula Karini; ALMADA, Maria Paula. *Novos desafios para a ideia de transparência pública*. VI Congresso CompolíticaPuc - Rio 2015.

OLIVEIRA, T., COUTINHO, I. *A Tv Pública e a Busca por Métodos de Verificação da Qualidade*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – XXXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UFRJ. 2015.

RAMOS, Daniela Osvald. *Jornalismo de qualidade: questão de democracia*. Matrizes V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil. P. 295-298.

ROTHBERG, Danilo. VANZINI, Kátia Viviane da Silva. *Contribuições à análise de qualidade do jornalismo na comunicação pública digital*. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. 12, n. 24, jul./dez. 2013.

TEIXEIRA, João Pedro Pitombo. *Difusão, conversação e accountability: o estatuto da interação entre leitores e veículos jornalísticos nas mídias sociais*. Dissertação UFBA. 2014.