



Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura

Representação  
no Brasil

SÉRIE

**Debates CI**

Nº 4 – Novembro de 2010

ISSN 2176-3224

INDICADORES DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

**JORNALISTAS E SUAS VISÕES  
SOBRE QUALIDADE: TEORIA E PESQUISA  
NO CONTEXTO DOS “INDICADORES  
DE DESENVOLVIMENTO DA MÍDIA”  
DA UNESCO**

Danilo Rothberg

**Comunicação e Informação**



Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura

**Representação no Brasil**

SAS, Quadra 5, Bloco H, Lote 6,  
Ed. CNPq/IBICT/UNESCO, 9º andar  
70070-912, Brasília, DF, Brasil  
Tel.: (55 61) 2106-3500  
Fax: (55 61) 3322-4261  
E-mail: [grupoeditorial@unesco.org.br](mailto:grupoeditorial@unesco.org.br)



Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura

Representação  
no Brasil

SÉRIE

**Debates CI**

Nº 4 - Novembro de 2010

ISSN 2176-3224

INDICADORES DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

**JORNALISTAS E SUAS VISÕES  
SOBRE QUALIDADE: TEORIA E PESQUISA  
NO CONTEXTO DOS “INDICADORES  
DE DESENVOLVIMENTO DA MÍDIA”  
DA UNESCO**

Danilo Rothberg

**Comunicação e Informação**

©UNESCO 2010

*Diagramação:* Paulo Selveira

*Capa e projeto gráfico:* Edson Fogaça

O autor é responsável pela escolha e apresentação dos fatos contidos neste livro, bem como pelas opiniões nele expressas, que não são necessariamente as da UNESCO, nem comprometem a Organização. As indicações de nomes e a apresentação do material ao longo deste livro não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco da delimitação de suas fronteiras ou limites.

BR/2010/PI/H/18

# RESUMO EXECUTIVO

## Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia”

A busca por métricas coerentes de avaliação de qualidade do jornalismo envolve a identificação de fatores de ambiente e cultura política que podem influenciar o desempenho dos profissionais da área. Os papéis que os jornalistas atribuem a si próprios em função do ambiente político que habitam e no qual foram socializados vem a ser uma das fontes essenciais que vão dar forma às regras de produção de notícias.

Daí a importância de verificar a visão que os jornalistas nutrem sobre a qualidade de seu trabalho, já que suas próprias expectativas serão delineadas pelas obrigações que eles acreditam possuir. Isto é, se os profissionais atribuem a si próprios funções ativas na sustentação da democracia, suas visões normativas sobre qualidade poderão ser mais exigentes, e isto pode ser um indicador valioso da disposição de um vasto campo profissional para investir no aperfeiçoamento de sua atuação. Quando confrontados por críticas coerentes, que evidenciem eventuais insuficiências de seu trabalho, jornalistas que exigem mais de seu papel social podem se posicionar mais adequadamente na adoção de estratégias que os levem a superá-las.

O estudo caracterizado neste artigo avança sobre a lacuna de conhecimento sobre a questão, ao relacionar a demanda pela aplicação de indicadores de desenvolvimento das mídias à visão dos profissionais da área sobre qualidade jornalística. Consideramos que a exigência de métricas de verificação de qualidade foi respondida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

(UNESCO) com a publicação, em 2008, do documento “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia”, abrangente roteiro de avaliação de vários fatores que determinam a qualidade da contribuição das mídias para a expansão da democracia. Assim, utilizamos o documento da UNESCO como fonte de parâmetros que suprem em grande parte a demanda pelos indicadores em questão, tornando-se aqui referência para a realização de uma investigação empírica que apurou visões de jornalistas brasileiros sobre aspectos situados pela UNESCO como fatores de qualidade das mídias em uma sociedade democrática.

Nossa investigação foi motivada por preocupações alimentadas individualmente por integrantes da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RenoI), criada em 2005 por pesquisadores brasileiros para fortalecer suas iniciativas, realizadas em universidades de todo o Brasil, de monitoramento da qualidade da cobertura jornalística de veículos de influência regional, local ou nacional. Isoladamente, as instituições de ensino vinham mantendo sítios na internet para a divulgação de análises produzidas por estudantes de comunicação sob a supervisão de seus docentes, e a RenoI nasceu para proporcionar a troca de experiências e evidenciar, para seus próprios participantes discentes, a importância da atividade de crítica de mídia, e também para sensibilizar gestores universitários e assim atrair recursos.

Desse modo, no contexto de um acordo de cooperação científica estabelecido entre a RenoI e a UNESCO para fomentar a pesquisa sobre qualidade da mídia no Brasil, algumas das indagações da RenoI foram

relacionadas às propostas do documento “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia”, já que há ali uma abordagem sistemática de fatores relevantes para o desenvolvimento da mídia. Os indicadores propõem cinco categorias para a análise do desenvolvimento da mídia em todo o mundo, assim denominadas: 1. Sistema regulatório favorável à liberdade de expressão, ao pluralismo e à diversidade da mídia; 2. Pluralidade e diversidade da mídia, com igualdade de condições no plano econômico e transparência da propriedade; 3. Mídia como uma plataforma para o discurso democrático; 4. Capacitação profissional e apoio às instituições que embasam a liberdade de expressão, o pluralismo e a diversidade; 5. A capacidade infraestrutural é suficiente para sustentar uma mídia independente e pluralista. A pesquisa caracterizada neste artigo se liga especificamente a questões das últimas três categorias e foi colocada em prática por meio de um formulário eletrônico com 30 questões. Nossa amostra de respondentes foi composta por 179 jornalistas atuantes em veículos de comunicação de todo o Brasil.

Obtivemos alto índice de adesão – em média acima de 90% – a 12 conceitos de qualidade que de-

finimos de acordo com prescrições do documento “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia”, da UNESCO. Podemos, assim, sustentar que os jornalistas sondados parecem estar esclarecidos a respeito da importância de critérios de qualidade que, embora tenham sido definidos de acordo com a visão específica sobre o tema apresentada pelo documento da UNESCO, possuem ampla validade, a ponto de serem aqui considerados algo adequado para aplicação generalizada. Isto é, a elevada concordância com os 12 conceitos de qualidade propostos indica que, ao menos entre a amostra sondada, a atuação profissional está solidamente relacionada a princípios claros, objetivos e atuais segundo as prescrições de uma organização multilateral atenta à qualidade das mídias em todo o mundo. Isto nos leva a formular perspectivas positivas para o aperfeiçoamento das mídias brasileiras. Se os respondentes atribuem-se papéis elevados, estarão mais dispostos a adotar estratégias que os levem a uma atuação progressivamente mais ajustada às demandas do fortalecimento da democracia, em direção à afirmação do papel do jornalismo na sustentação do debate público democrático.

# EXECUTIVE SUMMARY

## Journalists and their view about quality: theory and research in the context of the "Media Development Indicators"

The search for consistent metrics of evaluation of the quality of journalism includes the identification of aspects of political culture and environment which can influence the performance of the professionals of this working field. The roles attributed by journalists to themselves according to the political environment in which they live and have been socialized eventually is one of the main sources shaping newsmaking rules.

Hence the importance of verifying views kept by journalists on the quality of their work, since their own expectations will be drawn by the duties they believe they have. If the professionals attribute active roles in supporting democracy to themselves, their normative views on quality might be more demanding, and this could be a valuable indication of the disposition of a vast professional field to invest in the performance improvement. When facing consistent criticism, which clarify eventual insufficiencies of their work, journalists who demand more from their social role can place themselves more adequately to adopt strategies which might lead them to overcome obstacles.

The study described in this paper is a contribution to fulfill the need of knowledge about this matter. It links the demand for the application of media development indicators to the professional views on quality journalism. We considered that the need of metrics of quality evaluation was answered by UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) with the publication, in 2008, of the document "Media Development Indicators", a comprehensive assessment tool on several factors which determine the quality of the contribution of the media to the expansion

of democracy. We took that document into consideration as a source of parameters which supply, with a significant approach, the demand for those indicators, and as a reference to carry out an empirical investigation to gather views from Brazilian journalists on aspects placed by UNESCO as factors of media quality in democratic societies.

Our research was motivated by concerns of members of Renoi (Brazilian abbreviation for National Network of Media Watchers), founded in 2005 by researchers to strengthen their initiatives, conducted in many Brazilian universities, of monitoring the quality of local, regional and national media. With their own procedures, those institutions have been maintaining websites to publish media criticism texts written by communication students under the supervision of their teachers, and Renoi was created to provide means to exchange ideas and experience and to indicate the importance of media watching to university administrations and, by doing so, get funding and resources.

Thus, in the context of a scientific cooperation agreement between Renoi and UNESCO to promote research on quality media in Brazil, some of the questions posed by Renoi were connected to the proposals of the document "Media Development Indicators". The indicators put forward five categories to analyze media development all over the world, so named: 1. "A system of regulation conducive to freedom of expression, pluralism and diversity of the media"; 2. "Plurality and diversity of media, a level economic playing field and transparency of ownership"; 3. "Media as a platform for democratic discourse"; 4. "Plurality and

diversity of media, a level economic playing field and transparency of ownership”; 5. “Infrastructural capacity is sufficient to support independent and pluralistic media”. The research described in this paper is specifically connected to the last three categories and was applied by means of an electronic form with 30 questions. Our sample of respondents comes was formed by 179 Brazilian journalists from all over the country.

We found a high level of agreement – above 90%, on average – to 12 conceptions of quality which we defined according to the UNESCO “Media Development Indicators”. We can thus sustain that the journalists we questioned seem to understand the importance of quality criteria which, although have been defined according to a specific perspective of the thematic presented by UNESCO, have great validity, up

to a point in which they can be taken as something appropriate to general application. We mean that the high agreement with the 12 proposed conceptions of quality indicates that, at least among the sample we questioned, the professional performance is consistently linked to clear, objective and up-to-date principles, according to the recommendations of a multilateral organization which is sensitive to media quality in all over the world. This made us formulate positive perspectives to the improvement of the Brazilian media. If the respondents attribute to themselves elevated roles, they will be more inclined to adopt strategies which might lead them to a better performance, progressively more compatible with the demands of the strengthening of democracy, aimed to the affirm the role of journalism in sustaining democratic debate.



# SUMÁRIO

Apresentação.....	11
Introdução: o contexto teórico .....	13
Novo Institucionalismo .....	14
Indicadores de qualidade e antecedentes da investigação .....	16
Metodologia de pesquisa .....	18
Resultados .....	21
Discussão dos resultados .....	25
Considerações finais.....	28
Agradecimentos.....	28
Referências bibliográficas .....	29
Apêndices	
Apêndice I - Questionário aplicado e suas respostas em números absolutos e percentuais .....	31
Apêndice II - Mensagem de correio eletrônico enviada antecipadamente ao convite para participação na pesquisa .....	37
Apêndice III - Mensagem de correio eletrônico com convite e <i>link</i> para participação na pesquisa .....	39
Apêndice IV - Informações sobre a pesquisa oferecidas como introdução ao formulário .....	41

# APRESENTAÇÃO

## Qualidade da informação jornalística: o centro nevrálgico da discussão ontem, hoje e amanhã

Ao colocar em evidência a centralidade de um sistema midiático plural – diversificado e independente para a consolidação, aprofundamento e contínuo avanço das democracias –, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) apenas ratifica o compromisso universal assumido pelas diferentes sociedades, por meio do artigo 19 da *Declaração Universal dos Direitos Humanos*.

Recentemente, a UNESCO, por meio da publicação dos “Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação”\*, ofertou aos seus países-membros uma ferramenta objetiva para avaliar o quanto os sistemas de mídia distribuídos pelo globo se aproximam (ou não) desse horizonte proposto pela Declaração Universal. Critérios complementares, que passam pelo sistema de regulação estatal, pela composição das empresas do setor, pela formação dos profissionais que trabalham na mídia, pelas estratégias de autorregulação, pela força da sociedade civil que se envolve nesse debate, pela infraestrutura do setor, entre outros, foram sugeridos para um melhor e mais preciso diagnóstico sobre como as nações estão na garantia dessa mídia plural, diversificada e independente.

Na esteira desse esforço, é razoavelmente consensual que a maior dificuldade está em encontrar ferramentas, metodologias e critérios adequados para se medir, avaliar, diagnosticar e acompanhar a qualidade da informação produzida pelos veículos noticiosos.

Sendo o jornalismo uma instituição central no sis-

tema de freios e contrapesos das sociedades democráticas, no agendamento das questões relevantes para essas mesmas sociedades, bem como na informação precisa, veraz e crível aos cidadãos e cidadãs é desejável, assim como é, por exemplo, para o sistema educacional, que critérios e ferramentas para a produção de informações jornalísticas de elevada qualidade possam ser postos em execução. As práticas de transparência e prestação de contas que devem ser levadas a cabo por todas as instituições relevantes para a democracia dependem de ferramentas e critérios com esses objetivos.

Mas, o que é qualidade? Uma vez definindo-a, como garanti-la? Não é difícil perceber que é aqui que moram as dificuldades e riscos associados a essa agenda.

Há, entretanto, na visão da UNESCO, alguns conjuntos de questões razoavelmente consensuais em meio a esse debate bastante multifacetado. Sem a pretensão de sermos exaustivos, diríamos:

- a) a definição e aplicação de critérios e ferramentas de garantia da qualidade da informação jornalística é uma empreitada fundamentalmente autorregulatória, isto significa, que cabe às empresas do setor (sejam elas privadas, públicas ou comunitárias) definirem o formato final para esses padrões de qualidade;
- b) levar adiante um sistema para a garantia da qualidade da informação jornalística implica, neces-

\* UNESCO. Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília: UNESCO, 2010. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>.

- sariamente, uma postura fortemente transparente das empresas do setor. Em outras palavras, não se pode tratar de uma atividade de mão única, padrões de qualidade apenas podem existir em um modelo no qual os públicos interessados, leitores, telespectadores, ouvintes, *media watchers*, tenham a possibilidade de interagir com as empresas de mídia, verificando se a qualidade anunciada teoricamente está sendo refletida, na prática, nas páginas de jornal, nas ondas do rádio e nos telejornais;
- c) um dado sistema de qualidade implica, como dissemos, transparência, mas também implica uma lógica de freios e contrapesos e de prestação de contas para a própria mídia. Assim, iniciativas como os *ombudsman*, códigos de ética, conselhos de leitores e outras são importantes para a efetiva garantia da qualidade;
- d) os critérios não podem ser totalmente isolados dos compromissos mais amplos assumidos por uma dada sociedade, logo as expectativas direcionadas às instituições que dão sustentáculo à democracia, inclusive a imprensa, sobretudo na ampla e irrestrita proteção aos direitos humanos de todos e todas devem estar refletidas nesse potencial sistema de qualidade.

O estudo “Indicadores da qualidade da informação jornalística”, realizado ao longo de 2009, pelos pesquisadores da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa, Danilo Rothberg, da Universidade Estadual Paulista, Josenildo Guerra, da Universidade Federal de Sergipe, Luiz Egypto de Cerqueira, do Observatório da Imprensa e Rogério Christofolletti, da Universidade Federal de Santa Catarina, buscou solucionar essas e outras questões relacionadas à qualidade da notícia. Nesse sentido, os quatro textos que dão forma aos resultados do estudo trazem:

- a) um levantamento das visões dos jornalistas profissionais sobre qualidade;
- b) uma sistematização das posições dos gestores das empresas do setor sobre qualidade e
- c) uma reflexão, discussão e concepção de uma matriz de indicadores para aferir a qualidade jornalística.

A matriz proposta não nasceu apenas das entrevistas e procedimentos metodológicos específicos de-

envolvidos pelos autores. Ela bebe da fonte de outras iniciativas anteriormente levadas a cabo com objetivos semelhantes. Além dos “Indicadores de desenvolvimento da mídia” da UNESCO, os autores tiveram em especial atenção propostas desenvolvidas pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância – Andi (Brasil) e a pesquisa *Valor Agregado Periodístico (VAP)* (Chile); na categoria “Parâmetros de avaliação de procedimentos”, analisou a “Propuesta de indicadores para um periodismo de calidad em México”, produzida pela Fundación Prensa y Democracia (Prende, México) e o documento “Managing for Excellence: measurement tools for a quality journalism”, produzido pelo Media Management Center (USA); e na categoria “Parâmetros de avaliação de sistemas de gestão”, analisou as normas padrões “ISAS BC & P 9001”, do International Standardization & Accreditation Services (Isas) e da Media & Society Foundation – MSF (CEE) e os “Indicadores Ethos-ANJ de Responsabilidade Social para o Setor de Jornais”, uma parceria entre o Instituto Ethos e a Associação Nacional de Jornais (Brasil). As estruturas sedimentadas pela Fundação Nacional de Qualidade também foram consideradas.

É alvissareiro notar uma das principais conclusões do estudo:

a elevada concordância com os conceitos de qualidade propostos indica que, entre a amostra, a atuação profissional está solidamente relacionada a princípios claros, objetivos e atuais segundo as prescrições de uma organização multilateral atenta à qualidade das mídias em todo o mundo.

Ao convidar o estimado leitor e a estimada leitora a comentar, criticar, debater e difundir esses quatro textos, deixo uma importante análise pinçada do texto de Luiz Egypto de Cerqueira:

A notável síntese exposta na redação do Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem evidencia o quanto a liberdade de expressão, e por via de consequência a liberdade de imprensa, é mais do que um princípio democrático e civilizatório; é, sobretudo, a afirmação inequívoca do direito humano a uma comunicação de qualidade, veraz, pertinente, fidedigna e consoante com as melhores práticas da convivência cidadã e da vida democrática.

Boa leitura!

Guilherme Canela  
Coordenador de Comunicação e Informação

# Jornalistas e suas visões sobre qualidade: teoria e pesquisa no contexto dos “Indicadores de Desenvolvimento de Mídia” da UNESCO

Danilo Rothberg<sup>1</sup>

## Introdução: o contexto teórico<sup>2</sup>

O tema da qualidade jornalística tem sido pouco examinado diretamente pela pesquisa acadêmica brasileira, que com mais frequência se dedica a apontar as insuficiências da notícia em relação a critérios éticos e deontológicos, com metodologias diversas como análises de conteúdo, discurso ou enquadramento (DUARTE & BARROS, 2006; RUBIM, 2004; LIMA, 2001). Desta forma, a natureza crítica da produção científica na área tende a estabelecer fronteiras entre estudos acadêmicos e práticas de mercado. São muros raramente transpostos por profissionais eventualmente em busca do aperfeiçoamento de sua atuação, editores que desejem contribuir para destacar seus veículos como referência de qualidade e gestores públicos interessados em prover oportunidades em campos como mídia-educação e produção de conteúdo de comunicação pelas comunidades.

Também são raros os estudos interessados em obter diretamente visões sobre qualidade jornalística dos próprios profissionais da área ou registrar a dife-

renciação entre perfis de atuação e valores nacionais e internacionais, compreendidos a partir de conceitos férteis como *habitus* profissional, segundo Barros Filho e Martino (2003), e capital simbólico, conforme Bourdieu (1998).

Um estudo como o de Herscovitz (2004), rica sondagem sobre os papéis que os jornalistas brasileiros atribuem à informação midiática, não seguiu ou deu origem a outros trabalhos que interagissem com o mercado de trabalho a fim de rastrear posições relevantes sobre o jornalismo como instituição política. E nem estudos como o de Albuquerque (2005) e Silva (1990), que examinam a influência de normas editoriais comuns nos Estados Unidos sobre o jornalismo brasileiro, são repercutidos ao ponto de fomentar análises comparativas entre o produto noticioso nacional e o de outros países.

Abre-se assim a necessidade de saber especializado capaz de orientar a expansão de mídias preocupadas em incrementar sua atuação como instrumento de afirmação da cidadania. Surge também a demanda, de setores que militam pela democratização da comu-

---

1. Jornalista e doutor em sociologia pela UNESP. Docente da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), *campus* de Bauru, Departamento de Ciências Humanas. E-mail: danroth@uol.com.br

2. Este artigo foi produzido no contexto da Cooperação UNESCO/Renoi (Rede Nacional de Observatórios de Imprensa). As opiniões aqui expressas são de responsabilidade do autor e não refletem necessariamente a visão da UNESCO sobre o assunto.

nicação, por indicadores objetivos capazes de apontar os obstáculos a serem enfrentados por políticas públicas, ligados principalmente à economia política da comunicação.

### Novo Institucionalismo

Na literatura internacional, o jornalismo como instituição e as implicações deste estatuto científico atribuído ao campo jornalístico têm sido acentuadamente pesquisados no esteio do que se conhece como Novo Institucionalismo (New Institutionalism), tendência para a qual uma publicação como “Political Communication” ofereceu contribuição decisiva com o lançamento de um número especial sobre o tema em 2006 (KAPLAN, 2006; BENSON, 2006; COOK, 2006; RYFE, 2006). “Ao conferir ênfase sobre as maneiras pelas quais as mídias noticiosas e os jornalistas estão imersos nos campos mais amplos dos produtores de notícias e da política”, indica Kaplan (2006, p. 174, tradução do autor), “o Novo Institucionalismo revela tanto os limites quanto as possibilidades que o jornalismo confronta à medida que atua para cumprir seu papel ideal de enriquecer e sustentar o diálogo público democrático”. Neste sentido, a tendência leva os pesquisadores a redirecionar seu foco sobre os determinantes da qualidade jornalística, considerando-os envolvidos em elementos de cultura e política que não podem ser dissociados de uma análise específica, que se pretenda afinal comprometida com a formulação de vetores para mudanças significativas.

Neste contexto, fatores como a organização hierárquica do trabalho nas redações, a retórica sobre a missão social do jornalismo e a justificativa para as escolhas realizadas pelos jornalistas em seu desempenho cotidiano passam a ser examinados como fruto de uma cultura profissional particular, marcada pela coexistência de fatores com frequência contraditórios, como as exigências de eficiência industrial e as obrigações postas por visões políticas que relacionam o papel da informação à manutenção de uma sociedade democrática. A proposta de análise neoinstitucionalista considera, por exemplo, que a adoção de determinada rotina de produção nas redações pode ser resultado da busca por eficiência, mas isto não a

torna neutra. Isso porque certa linha de ação é apenas uma entre outras saídas possíveis, e o esquema escolhido está embebido em pressupostos de natureza política.

O descuido em relação a exigências de pluralidade, por exemplo, tem sido tradicionalmente justificado pela exiguidade dos prazos de produção. Mas, sob a crítica do Novo Institucionalismo, o investimento insuficiente na manutenção de equipes de jornalistas, que agrava o problema trazido por prazos curtos, não será explicado apenas pela eventual escassez de recursos na gestão da empresa de mídia, mas principalmente pelo fato de o comando empresarial atribuir menor importância à pluralidade como valor editorial. E, à medida que uma companhia do setor admitir – não publicamente, é claro – que seus produtos devam repercutir determinadas visões, logicamente menor será o papel atribuído à pluralidade. Ainda que, com frequência, o discurso empresarial continue a usar a suposta limitação dos prazos de produção como desculpa para casos eventualmente notórios de cobertura jornalística insuficiente e fragmentada.

Embora o saber específico do jornalismo, como técnicas de entrevista, regras de apuração e expressão equilibrada busque fundar um estatuto capaz de insular a notícia das críticas à sua credibilidade, na prática o isolamento é impossível, de maneira que os produtores de notícias sempre precisarão justificar suas escolhas editoriais. Segundo Kaplan (2006, p. 177), “a imprensa diária não consegue encontrar um argumento, uma justificativa convincente para isentar interpretações da vida pública do escrutínio, da avaliação e do criticismo de outras vozes públicas, principalmente dos cidadãos, mas também das autoridades políticas às quais foi delegado o direito de representá-los”. Ao propor esta impossibilidade, a pesquisa inspirada pelo Novo Institucionalismo vai justamente examinar de maneira sistemática os fatores internos dos quais à instituição jornalística lança mão para tentar conquistar a confiança do público, considerando que a cada novo dia tais fatores devem ser postos em prática em novos contextos. Mas, se mudam os fatos e os desafios, as respostas institucionais se organizam em torno de eixos previsíveis, como julga-

mentos éticos, capacitação profissional, cerceamentos legais, infraestrutura disponível, competição mercadológica, expectativas quanto à função social do jornalismo etc.

Daí o fato de que a cultura política de um país deve ganhar proeminência nas análises a respeito dos fatores de influência sobre a instituição jornalística. Devem ser considerados aspectos que influenciam a atuação da mídia e a configuração da economia política da comunicação em uma nação, como a distribuição dos partidos pelo espectro político, a ocorrência de capital social, a existência de uma burocracia independente e consolidada e a persistência de traços de patrimonialismo e autoritarismo nas relações sociais (HALLIN & MANCINI, 2004; HALLIN & PAPATHANASSOPOULOS, 2002; ROTHBERG, 2006 e 2008; LEWIS, 2006; MIGUEL, 2004; STRÖMBÄCK, 2005).

Diante de um contexto mais amplo trazido por estes fatores, dificilmente se sustenta a justificativa baseada no critério de eficiência industrial para explicar a conformação da notícia. Torna-se mais claro que a natureza da cultura política de um país contribui enormemente para a construção de mitologias sobre o papel social do jornalista, e estas assumirão relevância, por sua vez, na determinação de expectativas e prescrições à atividade jornalística.

Com frequência na literatura sobre a questão, se aponta um exemplo de período histórico no qual as funções atribuídas à imprensa eram bem diferentes daquilo que se acredita correto hoje (KAPLAN, 2006; SCHUDSON, 2001). Trata-se do contexto dos Estados Unidos no século XIX, em que a imprensa constituía-se nitidamente partidária, e aceitava-se que a função de um veículo impresso era a de conferir visibilidade e defender as bandeiras de determinado partido político. Os partidos então desempenhavam com exclusividade o papel de porta-vozes dos setores que representavam, e nesse sentido, era natural que os meios de comunicação reproduzissem a divisão política social. A identidade comum entre os leitores era, acima de tudo, político-partidária. A autoridade do jornal se fundava sobre a autoridade do partido que ele representava. Imparcialidade não era um valor editorial, e os jornalistas não se colocavam ainda com a

visão adversarial que os caracterizaria mais tarde, segundo a qual os políticos são seus adversários naturais, já que possuem sempre a tendência de ocultar informações e perder-se em desmandos e corrupção.

O esgotamento desse cenário veio no começo do século XX, após reformas políticas que enfraqueceram o poder de organização dos partidos. A imprensa percebeu que a sobrevivência e a expansão do negócio só seriam possíveis se o público em geral fosse persuadido da utilidade dos jornais como expressão mais ampla do contexto social, econômico e político; e progressivamente a objetividade e a imparcialidade foram se constituindo como valores adequados aos objetivos comerciais da imprensa. E mais: passaram a valer como bases da própria legitimidade da expressão jornalística, o que significou a afirmação de sua credibilidade em novos termos.

Este processo de mudança progressista teria ocorrido em paralelo, segundo a revisão de Kaplan, com a expansão da crença de que a administração pública somente seria eficiente à medida que incorporasse quadros burocráticos especializados. “As reivindicações de autonomia e *expertise* técnica do jornalismo foram acompanhadas por uma expansão generalizada da autoridade profissional na tomada de decisões por especialistas e gestores”, aponta o autor (KAPLAN, 2006, p. 181). E a pluralidade de vozes assumiu, neste contexto, a função de dar vazão às diferentes perspectivas que fundamentariam os critérios alegadamente objetivos da gestão pública, não capturada por interesses partidários. O debate público se constituiu acima dos partidos; não os ignorando, por certo, mas fazendo referência a critérios objetivos de desempenho de instituições formais e políticas públicas.

Em resumo, a lição trazida pela análise deste período nos Estados Unidos indica que os determinantes da qualidade do jornalismo em um dado país e em certa circunstância histórica não podem ser separados das características mais gerais de seu sistema político. Neste sentido, a construção de indicadores para o desenvolvimento da mídia também deve propor meios para a identificação de fatores que, embora internos à empresa do setor, somente se apresentam de dada maneira porque estão imersos em aspectos mais amplos da cultura política de um país.

Chegamos assim à questão essencial que inspira preocupações ligadas à pesquisa descrita neste artigo: haveria diferenças significativas nas diversas funções que os jornalistas vêm a abraçar em decorrência da variedade de expectativas que depositam sobre seus próprios papéis? Se uma resposta usual a esta pergunta poderia, é claro, aceitar a existência de muitas diferenças, o Novo Institucionalismo propõe uma agenda de pesquisa que sistematicamente busque conhecer os fatores intervenientes na formulação daquelas funções. E, se eventualmente se descobrir que, em um dado país, a ética e a pluralidade como valor editorial têm dificuldade de se afirmar na prática jornalística, a responsabilidade não poderá ser depositada integralmente sobre as empresas de mídia; as instituições e a cultura política poderão ter peso maior no contexto.

À medida, inclusive, que isto pode ser relacionado ao clássico debate entre institucionalismo e neoinstitucionalismo nos contornos dados pela ciência política, podemos considerar que ainda não existem respostas satisfatórias para orientar a adoção de soluções efetivas na transformação das instituições eventualmente desejada em sociedades democráticas (CARVALHO, 2002; HALL & TAYLOR, 2003; MOISÉS, 2005; PUTNAM, 1995; ROCHA, 2005). Mas, com o neoinstitucionalismo, ao menos se ganha muita clareza no terreno das propostas de mudança, porque elas tendem a se tornar mais realistas, ao enxergar não apenas o âmbito circunscrito das instituições que executam as ações questionadas, mas também a cultura política que contribui para sua configuração.

No campo dos indicadores de qualidade das mídias, pode-se dizer que a busca por uma métrica coerente deve procurar também localizar a influência de fatores de ambiente e cultura política. Segundo a visão neoinstitucionalista, os papéis que os jornalistas atribuem a si próprios em função do ambiente político que habitam e no qual foram socializados vem a ser uma das fontes essenciais que vão conformar as regras de produção de notícias. De acordo com Ryfe (2006, p. 205), “podemos definir uma regra jornalística como crença normativa ou expectativa sobre modos legítimos ou apropriados de comportamento – qual é o papel do jornalista, quais são suas obriga-

ções, quais valores e compromissos são apropriados – no contexto da produção de notícias”.

Daí a importância de verificar a visão que os jornalistas nutrem sobre a qualidade de seu trabalho, já que suas próprias expectativas serão delineadas pelas obrigações que eles acreditam possuir. Isto é, se os profissionais atribuem a si próprios funções ativas na sustentação da democracia, suas visões normativas sobre qualidade poderão ser mais exigentes, e isto pode ser um indicador valioso da disposição de um vasto campo profissional para investir no aperfeiçoamento de sua atuação. Quando confrontados por críticas coerentes, que evidenciem eventuais limitações de seu trabalho, jornalistas que exigem mais de seu papel social podem se posicionar mais adequadamente na adoção de estratégias que os levem a superá-las.

Este estudo avança sobre a lacuna de conhecimento sobre a questão, ao relacionar a demanda pela aplicação de indicadores de desenvolvimento das mídias à visão dos profissionais da área sobre qualidade jornalística. Consideramos que a exigência de métricas de verificação de qualidade foi recepcionada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) com a publicação original publicada em 2008, do documento “Mídia: Marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação” (UNESCO, 2010), um dos mais completos roteiros de avaliação já produzidos sobre vários fatores que determinam a qualidade da contribuição das mídias para a expansão da democracia. Assim, utilizamos o documento da UNESCO como fonte de parâmetros que suprem em grande parte a demanda pelos indicadores em questão, tornando-se aqui referência para a realização de uma investigação empírica que apurou visões de jornalistas brasileiros sobre aspectos situados pela UNESCO como fatores de qualidade das mídias em uma sociedade democrática.

### **Indicadores de qualidade e antecedentes da investigação**

Nossa investigação foi motivada por preocupações alimentadas individualmente por integrantes da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi), criada em 2005 por pesquisadores brasileiros para fortalecer suas iniciativas, realizadas em universidades de todo

o Brasil, de monitoramento da qualidade da cobertura jornalística de veículos de influência regional, local ou nacional. Isoladamente, as instituições de ensino vinham mantendo sítios na internet para a divulgação de análises produzidas por estudantes de comunicação sob a supervisão de seus docentes, e a Renoi nasceu para proporcionar a troca de experiências e evidenciar, para seus próprios participantes discentes, a importância da atividade de crítica de mídia, e também para sensibilizar gestores universitários e assim atrair recursos.

Desse modo, no contexto de um acordo de cooperação científica estabelecido entre a Renoi e a UNESCO para fomentar a pesquisa sobre qualidade da mídia no Brasil, algumas das indagações da Renoi foram relacionadas às propostas do documento “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010), já que há ali uma abordagem sistemática de fatores relevantes para a temática em questão.

O documento foi submetido ao Conselho Intergovernamental do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação da UNESCO e aprovado em março de 2008, a fim de atender, segundo a própria organização, reivindicações dos países-membros da Organização das Nações Unidas (ONU) na busca de indicadores para a aplicação, em conjunto com autoridades nacionais, de estratégias para o desenvolvimento da mídia e referências para setores comprometidos com a busca de mídias livres, independentes e pluralistas.

Os indicadores propõem cinco categorias para a análise do desenvolvimento da mídia em todo o mundo. A pesquisa caracterizada neste artigo se liga especificamente a questões das últimas três categorias.

A primeira das cinco categorias verifica a presença de um sistema de regulação capaz de assegurar liberdade de expressão, pluralismo e diversidade de meios de comunicação, examinando fatores como a existência de leis específicas de proteção à liberdade de expressão, à independência editorial e ao direito à informação.

Nesta categoria, também se busca identificar aspectos como a medida na qual as organizações sociais participam da formulação de políticas públicas de regulação da mídia; se a independência do sistema

regulatório é sustentada por leis específicas e respeitada na prática; se o sistema regulatório atua de maneira a garantir o pluralismo midiático e a liberdade de expressão e informação; se o Estado não coloca restrições à atuação da mídia que não sejam sustentadas por leis específicas; se as leis contra difamação impõem as mínimas restrições necessárias à proteção da reputação dos indivíduos; se outras restrições da liberdade de expressão, sejam elas baseadas na segurança nacional, interdição de incitamento à violência, privacidade ou cerceamento da divulgação de informações de processos judiciais são sustentadas por leis específicas e justificáveis como necessárias a uma sociedade democrática, de acordo com as leis internacionais do setor.

Ainda nesta categoria, se verifica se os meios de comunicação não são submetidos a censura prévia, tanto em função de salvaguardas legais quanto na sua atuação cotidiana, e se o Estado age para bloquear ou filtrar conteúdo da internet considerado sensível ou prejudicial.

A segunda categoria proposta pelo documento “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010), identifica características da economia política da comunicação em um país, como propriedade das mídias, concentração de mercado e independência financeira, avaliando, por exemplo, se o Estado adota medidas afirmativas para promover um sistema de mídia pluralista, zela pela obediência às medidas de promoção de um sistema de mídia pluralista e promove ativamente um *mix* diversificado de mídias públicas, privadas e comunitárias.

Sob a segunda categoria, se busca saber, em um dado país, se existe um sistema de regulação de mídia transparente e independente e a efetiva regulação da publicidade nas diferentes mídias; se o Estado e as organizações da sociedade civil promovem ativamente o desenvolvimento de mídias comunitárias; se a regulação estatal da alocação do espectro de transmissão garante a otimização do uso para o atendimento do interesse público; e se a regulação estatal da alocação do espectro de transmissão garante a diversidade de propriedade e conteúdo. Sobre a atuação do Estado, também se avalia se emprega um sistema fiscal e de regulação econômica que incentiva o de-



envolvimento da mídia sem discriminações e se não discrimina por meio de sua política de veiculação de publicidade oficial.

A terceira categoria avalia a capacidade de as mídias de um país contribuírem para a sustentação da democracia, considerando regulação apropriada, qualidade do serviço público de radiodifusão, exigências de imparcialidade, confiança do público e segurança dos jornalistas. Entre os fatores investigados, se verifica: se as variadas mídias, sejam elas privadas, públicas ou comunitárias, atendem às necessidades de todos os grupos sociais; se as organizações de mídia refletem a diversidade social por meio de suas políticas de contratação e relações trabalhistas; e se os objetivos do serviço público de radiodifusão encontram-se legalmente definidos e protegidos.

Os critérios da terceira categoria também exigem saber se as operações das emissoras públicas de radiodifusão não sofrem discriminação, são reguladas por um sistema independente e transparente de governança e estão engajadas em diálogos com o público e as organizações da sociedade civil. A autorregulação é outro aspecto a ser apurado, na forma da existência de códigos internos com exigências de equidade e imparcialidade. Além disso, as emissoras devem realizar pesquisas para conhecer os níveis de confiança do público em sua programação e agir de forma a responder às percepções do público sobre sua atuação.

A quarta categoria se relaciona à formação profissional na área, apurando as condições de qualificação, atuação de sindicatos e organizações corporativas e de representação da sociedade em geral. Jornalistas, editores e diretores comerciais devem ter acesso a treinamento apropriado às suas necessidades, que inclusive proporcione a compreensão sobre o funcionamento da democracia. Cursos acadêmicos devem estar disponíveis a uma ampla diversidade de alunos. Profissionais de mídia devem possuir o direito de se associar a sindicatos independentes e exercer essa vinculação. Já os sindicatos e as associações profissionais devem oferecer serviços de assistência jurídica aos associados. No campo dos movimentos sociais, se espera que exerçam sua atuação por meio de ações jurídicas em defesa da liberdade de expressão e auxi-

liem as comunidades a acessarem informação e a serem ouvidas.

A quinta categoria se refere à infraestrutura disponível para a atuação das empresas da área e o exercício profissional. As organizações de mídia devem ter acesso a modernos equipamentos para coleta, produção e distribuição de notícias. Esta categoria compreende também aspectos sociais, e não apenas empresariais. Considera-se que grupos marginalizados precisam dispor de acesso a formas de comunicação acessíveis, e é necessária uma política nacional de expansão e oferta de tecnologias de informação e comunicação que atendam às necessidades das comunidades marginalizadas.

## Metodologia de pesquisa

São poucas as pesquisas empíricas com abrangência nacional no Brasil que procuram registrar as visões dos jornalistas sobre a qualidade das mídias. Assim, apresentamos aqui uma descrição pormenorizada de nossas etapas de formulação da metodologia empregada, na expectativa de que estas informações possam contribuir para o desenho de pesquisas futuras.

Com o objetivo de obter visões sobre qualidade jornalística relacionadas a aspectos da terceira, quarta e quinta categorias do “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010), um formulário eletrônico foi gerado com os recursos da ferramenta Google Docs, de acesso livre, que oferece um *link* de acesso direto às questões. Os *inputs* foram processados eletronicamente e dispostos em planilha compatível com Microsoft Excel, já em formato adequado à tabulação necessária.

A versão preliminar do formulário foi construída pela equipe de consultores da UNESCO formada pelo autor e por Josenildo Guerra (Universidade Federal de Sergipe), Rogério Christofolletti (Universidade Federal de Santa Catarina) e Luiz Egipto de Cerqueira (Projor – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo / Observatório da Imprensa), e submetida a um pré-teste com dez jornalistas selecionados. Com as observações recolhidas no pré-teste, a versão definitiva com 30 questões foi elaborada pela mesma equipe (o Apêndice I contém o formulário na íntegra, com as respostas em números absolutos e percentuais).

De maneira geral, as questões colocam conceitos de qualidade jornalística propostos em referência ao documento “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia”, exceto duas, ligadas ao conceito de RSE (Responsabilidade Social Empresarial), que incluímos em função de outra preocupação da Renoi situar-se exatamente no campo da construção de indicadores para a atuação responsável da mídia.

Uma mensagem que chamamos de *teaser*, destinada a atrair a atenção do público-alvo da pesquisa e vencer resistências comuns de quem recebe muito *spam*, circulou nos meses de abril e maio de 2009 em quatro listas diferentes de correio eletrônico (Apêndice II): a) jornalistas cadastrados no *mailing list* da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), que recebem diariamente, em função de registro efetuado por eles próprios, as sugestões de pauta dessa organização de pesquisa, monitoramento e avaliação da cobertura jornalística de temas ligados à preservação de direitos humanos por veículos de comunicação de todo o Brasil; b) jornalistas cadastrados pelo Instituto Ethos para receber informações da entidade, que provê orientações para que as empresas associadas atuem em consonância com regras e práticas objetivas de responsabilidade social empresarial; c) jornalistas cadastrados pela Mega Brasil, empresa que promove congressos e seminários de atualização profissional para profissionais de comunicação; d) jornalistas associados da Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo).

Esta mensagem inicial descreveu sucintamente os propósitos da investigação e antecipou que o destinatário receberia, no dia seguinte, outra mensagem (Apêndice III) com um convite formal para participação na pesquisa e um *link* para acesso ao questionário. Procedemos desta forma porque consideramos que o envio de uma mensagem com *link* poderia gerar desconfiança entre o público-alvo, que o associaria a *spam*, *virus*, *phishing* etc, mas esta resistência poderia ser minimizada caso a mensagem com *link* fosse precedida por comunicação anterior que esclarecesse o motivo do contato.

O questionário pode ser acessado pelo *link* <<http://tinyurl.com/yggybgf>>

Um breve texto de abertura antecipou as questões, explicando os propósitos da investigação e informando nomes e contatos dos pesquisadores (Apêndice IV).

As listas escolhidas como público-alvo da pesquisa reúnem, pela natureza das entidades que as organizaram, jornalistas provavelmente mais predispostos a endossar um papel mais ativo no exercício de sua responsabilidade profissional. Os resultados devem, portanto, ser interpretados à luz deste fator, e devem ser feitas com prudência quaisquer generalizações que procurem estender sua validade para o conjunto dos jornalistas brasileiros.

Foram recebidas 275 respostas, assim distribuídas: 47 (17,09%) provenientes do *mailing list* “a” acima; 103 (37,45%) da lista “b”; 111 (40,36%) da lista “c”; e 14 (5,09%) da lista “d”. As quatro listas de destinatários somam, juntas, cerca de cinco mil nomes; desta forma, o retorno foi de 5,5%. Consideramos que, se de um lado o preenchimento eletrônico do formulário pode ter facilitado a participação na pesquisa, de outro lado sua extensão, com 30 questões, algumas com enunciado de quatro linhas, pode ter sido um desestímulo. Embora cientes deste último fator, optamos por manter o formato escolhido porque consideramos que as respostas obtidas, ainda que talvez em menor número do que seria possível receber com questionários mais concisos, são bastante representativas para nossos objetivos.

Do total da amostra, 50 (18,18%) dos respondentes informaram atuar em assessorias de comunicação de órgãos públicos e empresas públicas e privadas; 18 (6,54%) registram informações incompletas, que não permitiram a identificação de seu veículo de origem ou área de atuação; 15 (5,45%) informaram ser *freelancers*, e 11 (4%) não apresentaram qualquer informação nesse campo do questionário; os demais 181 (65,81%) informaram por completo o nome de seus veículos de origem e, entre estes, estão jornais como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Valor Econômico e Zero Hora, e emissoras de TV como Record, Cultura, Bandeirantes, Globo News e RBS, além de dezenas de veículos setoriais, mas com independência editorial e cobertura jornalística de áreas diversas como meio ambiente, cultura, produção industrial e logística de mercado.

O *link* para preenchimento do formulário eletrônico foi único, isto é, o mesmo endereço foi enviado para todos os destinatários. A ferramenta utilizada não permitiu o controle de resposta por IP (Internet Protocol) do usuário. A falta de um controle mais exato poderia resultar em duplicidade de resultados, tanto por erro no envio das respostas quanto por uma possível tentativa de um respondente de distorcer os resultados. No entanto, na checagem dos dados, verificou-se que um único jornalista possuía suas respostas possivelmente repetidas em três registros da planilha, problema que deve ter sido causado ao se pressionar desavisadamente o botão “enviar” três vezes. É possível que três jornalistas diferentes tenham apresentado respostas coincidentes em todos os campos, mas, por segurança, dois desses registros foram excluídos da tabulação final, mantendo-se apenas um registro unívoco.

Excluindo, do total da amostra de 275 respondentes, os jornalistas atuantes em assessorias de comunicação (50), os *freelancers* (15), aqueles que não apresentaram informações suficientes para sua identificação (29) e alguns registros por possível repetição (2), chegamos finalmente ao número de 179 registros que, seguramente, correspondem ao mesmo número de jornalistas atuantes em veículos de comunicação de todo o Brasil que responderam ao nosso convite. Este é o número efetivamente considerado nos resultados discutidos abaixo.

Assessores de comunicação e *freelancers* prestam, obviamente, serviços de enorme relevância social e profissional no campo do jornalismo, mas foram excluídos da amostra final caracterizada abaixo porque nossa pesquisa claramente se destinou a obter visões sobre qualidade jornalística de profissionais atuantes em veículos de comunicação de circulação geral, ou setorializada, mas com independência editorial. Infelizmente, como a mecânica de circulação do questionário de pesquisa não foi capaz de evitar que outros profissionais o respondessem, fomos forçados a inicialmente receber todas as respostas e separar posteriormente os registros em desacordo com o propósito de nossa investigação. Mas reconhecemos, no entanto, que 65 registros (50 assessores de comunicação e 15 *freelancers*) também devem conter visões

relevantes sobre qualidade jornalística e devem ser devidamente tabulados e considerados em etapa futura da pesquisa.

Os 179 respondentes da amostra final estão assim distribuídos: 35 (19,55%) provêm do *mailing list* “a” (Andi); 57 (31,84%) da lista “b” (Instituto Ethos); 77 (43,01%) da lista “c” (Mega Brasil); e 10 (5,58%) da lista “d” (Abraji).

As seis primeiras questões de nosso instrumento de coleta de dados obtiveram informações sobre o perfil dos respondentes: nome e Estado de origem do veículo onde trabalham, tempo de experiência profissional, função exercida nas redações, nível de remuneração e esfera de influência de seus veículos.

A questão “7a” procurou verificar a possível concordância dos jornalistas em relação a um conceito de qualidade específico, entendido como a “capacidade de os veículos de comunicação representarem as visões de todo o espectro político e uma vasta gama de interesses sociais, inclusive aqueles dos setores mais vulneráveis da sociedade”. Já a questão “7b” avaliou a medida com a qual o veículo de origem do respondente efetivamente aplicaria o conceito de qualidade proposto pela questão “7a”.

A questão “8a” situou os códigos de ética profissional como “referência para a busca da qualidade jornalística” e questionou os respondentes acerca da validade de tal definição, enquanto a questão “8b” procurou obter um indicador da determinação do veículo em perseguir a consecução desse conceito de qualidade.

Na questão “9a”, procurou-se verificar a adesão dos respondentes a um conceito segundo o qual as “instâncias internas de regulação como manuais de redação, *ombudsman* e conselhos de leitores são mecanismos importantes de busca de qualidade implementados pelas próprias organizações jornalísticas”. A medida com que o veículo de origem do respondente praticaria esse conceito foi apurada pela questão “9b”.

A existência de meios externos de acompanhamento e crítica de mídia como observatórios e instâncias de regulação destinados a contribuir para a elevação dos padrões de qualidade jornalística foi proposta como referência de qualidade pela questão “10”, que teve o objetivo de verificar a aceitação de tais meios.

“A qualidade do jornalismo pode ser afetada quando os profissionais da área são ameaçados por instrumentos legais de coerção que afetem a liberdade de imprensa”. A adesão a este enunciado foi investigada pela questão “11a”, enquanto a questão “11b” inquiriu os respondentes sobre a frequência com que seriam ameaçados por tais instrumentos em seu dia a dia.

A questão “12a” propôs que “a qualidade do jornalismo também pode ser afetada caso as organizações privilegiem certas visões e excluam outras perspectivas em função de interesses específicos”, indagando os respondentes sobre sua concordância com tal afirmação. Já a questão “12b” procurou conhecer a frequência com que os jornalistas seriam forçados “a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo”.

O apoio – financeiro, operacional, logístico etc. – dos empregadores para a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional foi proposto pela questão “13a” como passo importante na busca da qualidade editorial. Procurou-se então apurar a concordância com essa ideia, ao passo que a questão “13b” indagou os respondentes sobre a frequência com que receberiam apoio de seus veículos de origem.

A questão “14a” propôs que os jornalistas deveriam possuir conhecimento para “produzir análises precisas e independentes e dominar os instrumentos necessários à obtenção de elevados padrões de excelência técnica (equilíbrio, pluralidade e expressão de visões autênticas, livres de manipulação indevida)”. A aceitação de um princípio tão específico foi então investigada, ao passo que a questão “14b” teve o objetivo de apurar se o veículo de origem do respondente possuiria profissional com tais conhecimentos.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE), conceito adotado crescentemente por empresas de todos os setores da economia em todo o mundo, inclusive no Brasil, foi tratada na questão “15a”, que indicou a ética na gestão de recursos humanos, a transparência administrativa e o incentivo a perfis criativos e inovadores como características das empresas jornalísticas socialmente responsáveis, e procurou verificar

a adesão dos jornalistas a tal conceito. A questão “15b” se referiu ao grau de implantação ou discussão da RSE pelo veículo de origem do respondente.

Na questão “16a”, foram propostas três metas para a formação acadêmica em jornalismo: incluir conhecimento sobre a “contribuição da mídia para a consolidação da democracia”, proporcionar o “estudo de técnicas e estratégias para expressar a diversidade de posicionamentos relevantes sobre os assuntos enfocados” e “aquisição de habilidades de jornalismo investigativo, e não meramente reativo aos acontecimentos”. Procurou-se então apurar a concordância dos jornalistas com tais metas, enquanto a questão “16b” indagou especificamente a respeito da presença de profissionais com uma formação assim pensada no veículo de origem do respondente. Ainda centrada no tema, a questão “16c” indagou os jornalistas sobre sua satisfação com a própria formação profissional.

O acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs) para a correta execução do trabalho de apuração jornalística foi posto como essencial na busca por qualidade pela questão “17a”, que verificou a concordância dos respondentes com essa ideia. Já a questão “17b” buscou informações sobre a disponibilidade das TICs e de conhecimento para utilizá-las de maneira eficiente nas redações.

A questão “18a” foi ao encontro de uma questão essencial do trabalho jornalístico e apurou a adesão à ideia de que prazos de produção e recursos (como transporte e equipamentos) adequados são imprescindíveis à busca por qualidade. O grau de satisfação dos jornalistas com esses fatores foi sondado pela questão “18b”.

Por fim, a questão “19” indagou os respondentes sobre a existência e a frequência de utilização, em seu veículo de origem, de sistemas de controle e redução de erros, com seções ou colunas para publicar retificações e conceder direito de resposta.

## Resultados

O preenchimento do nome do respondente foi opcional; 123 informaram nome completo, seis informaram apenas o primeiro nome e os demais 50 preferiram permanecer anônimos (embora a questão

sobre o nome do veículo de origem tenha registrado ao menos essa informação).

Do total de 179 respondentes, 66% são da Região Sudeste e 70% têm mais de dez anos de experiência profissional.

Em relação à função atual exercida, o perfil se divide: 9% da amostra atuam nas áreas de pauta e produção, 41% são repórteres e 47% trabalham na edição (os restantes não responderam a esta questão).

São jornalistas com os seguintes níveis de remuneração: 50% da amostra recebem no mínimo R\$ 4 mil, enquanto 21% ganham entre R\$ 2 mil e 3 mil. Apenas 13% recebem entre R\$ 1 mil e 2 mil.

Cerca de 55% dos respondentes está em veículos considerados por eles próprios como de influência regional e nacional.

Obteve-se alto índice de adesão – em média acima de 90% – a 12 conceitos de qualidade que definimos de acordo com prescrições do documento “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010). Desta forma, a maioria dos respondentes concorda que:

1) “A qualidade de um veículo jornalístico está relacionada à sua capacidade de representar as visões de todo o espectro político e uma vasta gama de interesses sociais, inclusive aqueles dos setores mais vulneráveis da sociedade” (94% de concordância com este conceito de qualidade).

A aplicação deste conceito foi verificada por questão que indagou os jornalistas a respeito da frequência com que seu veículo de origem de fato atua de acordo com tal princípio (“sempre”, “na maioria das vezes”, “raramente” ou “nunca”; e incluímos ainda uma opção de resposta com a qual o respondente poderia admitir que o “veículo não conta com profissionais capazes de buscar esse indicador de qualidade”). Aqui, começa-se a registrar a percepção positiva que os respondentes em geral demonstraram possuir de suas mídias de origem. No total, 91% deles afirmaram que seu veículo opera “sempre” ou “na maioria das vezes” de acordo com tal conceito de qualidade.

2) “Os códigos de ética profissional são referência para a busca da qualidade jornalística” (95% de concordância).

A aplicação deste conceito na prática profissional foi apurada por questão que verificou a frequência com a qual os veículos de origem dos respondentes efetivamente adotam a ética como guia de conduta: “sempre”, “na maioria das vezes”, “raramente” ou “nunca”; e, novamente, incluímos ainda uma opção de resposta com a qual o respondente poderia admitir a incapacidade dos profissionais do veículo a respeito, no caso para “implementar códigos de ética profissional”. No total, 93% dos respondentes afirmaram que seu veículo “sempre” ou “na maioria das vezes” atua de acordo com os códigos de ética profissional.

3) “Instâncias internas de regulação como manuais de redação, *ombudsman* e conselhos de leitores são mecanismos importantes de busca de qualidade implementados pelas próprias organizações jornalísticas” (96% de concordância).

A implementação deste conceito foi verificada por questão que indagou os jornalistas a respeito da existência de ao menos uma dessas instâncias em seus meios de origem e da frequência com que ela seria realmente considerada: “sempre”, “na maioria das vezes”, “raramente” ou “nunca”; e, desta vez, a última opção permitiu o registro de que o veículo do respondente não contaria “com tais mecanismos de qualidade jornalística”. Uma apertada maioria (56%) afirmou que seu veículo possui ao menos uma das instâncias de regulação e “sempre” ou “na maioria das vezes” atua de acordo com ela. Mas um terço (33%) dos respondentes declarou que seu veículo “não conta com tais mecanismos de qualidade jornalística”.

4) “A existência de meios externos de acompanhamento e crítica de mídia como observatórios e outras instâncias de regulação são importantes para aferir e colaborar para a elevação dos padrões de qualidade jornalística” (95% de concordância).

5) “A qualidade do jornalismo pode ser afetada quando os profissionais da área são ameaçados por instrumentos legais de coerção que afetem a liberdade de imprensa” (94% de concordância).

Relacionada a este conceito, uma questão ainda verificou a frequência com que os veículos de atuação dos jornalistas seriam limitados por tais instrumentos: “sempre”, “quase sempre”, “raramente” ou “nunca”; e, segundo a última opção de resposta, o respon-

dente poderia indicar que seu veículo não contaria “com profissionais capazes de distinguir as implicações de tais instrumentos”. Cerca de 77% dos jornalistas afirmou que seu veículo “raramente” ou “nunca” se via ameaçado por restrições legais à liberdade de imprensa, enquanto 21% se disseram “sempre” ou “quase sempre” ameaçados.

6) “A qualidade do jornalismo também pode ser afetada caso as organizações privilegiem certas visões e excluam outras perspectivas em função de interesses específicos” (97% de concordância).

A aplicação deste conceito foi apurada por questão que verificou a frequência com que os jornalistas se sentiriam “forçados a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo”: “sempre”, “quase sempre”, “raramente” ou “nunca”; e, na última opção de resposta, o respondente poderia indicar que seu veículo não contaria com profissionais capazes de “distinguir suas posições políticas”. Cerca de 77% dos respondentes afirmou que “raramente” ou “nunca” se sentiam forçados a repercutir as perspectivas do veículo em suas matérias, enquanto 21% manifestaram que “sempre” ou “quase sempre” eram levados a fazê-lo.

7) “O apoio – financeiro, operacional, logístico etc – dos empregadores para a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional é importante na busca da qualidade editorial” (98% de concordância).

Outra questão apurou a frequência com que o veículo de origem do respondente proporcionaria essa forma de apoio, e neste caso as respostas foram bastante divididas: “sempre” (13%), “quase sempre” (29%), “raramente” (28%) ou “nunca” (18%). Uma minoria (11%) afirmou nunca ter solicitado apoio.

8) “Na busca por qualidade editorial, os jornalistas devem possuir conhecimento para produzir análises precisas e independentes e dominar os instrumentos necessários à obtenção de elevados padrões de excelência técnica (equilíbrio, pluralidade e expressão de visões autênticas, livres de manipulação indevida)” (99% de concordância).

A aplicação deste conceito foi verificada por questão que indagou os jornalistas se seus veículos “sempre”, “quase sempre”, “raramente” ou “nunca”

possuiriam profissionais “com conhecimento teórico e prático para atender tais requisitos”. A última opção de resposta permitiu ao respondente assinalar que veículo possuiria “jornalistas que não se preocupam com a busca de requisitos”. Cerca de 80% afirmou que seus veículos “sempre” ou “quase sempre” contam com jornalistas capazes nesse sentido específico.

9) “A busca por qualidade nas organizações jornalísticas também exige a implementação de práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), como ética na gestão de recursos humanos, transparência administrativa e incentivo a perfis criativos e inovadores” (97% de concordância).

Dada a novidade deste conceito, sua aplicação foi verificada por uma questão que considerou, além da própria existência de empresas nas quais a prática de RSE poderia já ser uma realidade, também a mera possibilidade de ao menos ser eventualmente discutida. Assim, menos de um terço dos respondentes (30%) afirmou que seu veículo de atuação “já exerce sua RSE”, enquanto 15% estão “em fase de implementação de práticas de RSE”. Desta forma, 45% dos veículos estão sintonizados a tais formas de gestão. Os restantes, ou 52% (excluídos do cálculo os que não responderam a esta questão), afirmaram que seu veículo “eventualmente discute a necessidade de implementar práticas de RSE”, “não será capaz de implementar práticas de RSE, ainda que reconheça seu valor” ou “não será capaz de reconhecer o valor de conceitos de RSE”.

10) “Para um jornalista atingir altos níveis de qualidade em seu trabalho, deve ter uma sólida formação acadêmica, que tenha incluído conhecimento sobre a contribuição da mídia para a consolidação da democracia; estudo de técnicas e estratégias para expressar a diversidade de posicionamentos relevantes sobre os assuntos enfocados; e aquisição de habilidades de jornalismo investigativo, e não meramente reativo aos acontecimentos” (88% de concordância).

A situação do veículo de origem do respondente a este respeito foi apurada por questão que indagou se o meio “sempre”, “na maioria das vezes”, “raramente” ou “nunca” possuiria jornalistas com “sólida formação acadêmica” no sentido especificado. Quase 70% dos respondentes afirmaram que seus veículos

“sempre” ou “na maioria das vezes” possuem jornalistas assim qualificados. Para 27%, seus veículos “raramente” ou “nunca” contam com pessoas de tal formação. A última opção de resposta a esta questão permitiu o registro “o veículo possui jornalistas sem qualquer formação acadêmica”, que obteve apenas 1%.

Ainda a respeito deste conceito de qualidade, outra questão verificou o grau de satisfação do respondente com sua formação: “muito satisfeito”, “razoavelmente satisfeito”, “um pouco satisfeito” e “insatisfeito”. Segundo a última opção de resposta a esta questão, o respondente não seria capaz de “avaliar a adequação de sua formação diante das exigências de seu trabalho”. Quase 80% se declararam “muito satisfeitos” ou “razoavelmente satisfeitos” com sua formação.

11) “O amplo acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs) para a correta execução do trabalho de apuração jornalística é essencial na busca por qualidade” (90% de concordância).

Cerca de 71% dos respondentes afirmou atuar em veículos nos quais as TICs disponíveis e o conhecimento para usá-las com eficiência “sempre” ou “quase sempre” são suficientes.

12) “Os prazos de execução das atividades de reportagem, redação e edição e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc.) devem ser adequadamente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística” (98% de concordância).

Cerca de 66% dos respondentes afirmou que seu veículo “sempre” ou “na maioria das vezes” proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade”, enquanto 28% declararam que seu veículo “raramente” o faz.

De certa forma, relacionada a esta questão está a existência de “sistemas de controle e redução de erros, com seções ou colunas para publicar retificações e conceder direito de resposta” nos meios de comunicação, já que o reconhecimento de falhas se associa à admissão de que as rotinas industriais de produção da notícia podem, por suas próprias limitações de tempo e pela dependência de fontes de credibilidade eventualmente questionável, gerar erros.

Quase 70% dos respondentes afirmaram que seus veículos de origem possuem “sistemas de controle e redução de erros”, utilizados “frequentemente” ou “ocasionalmente”.

Alguns cruzamentos de dados entre questões revelaram tendências que merecem atenção. Considerando somente os jornalistas que afirmam que *raramente* ou *nunca* se sentem forçados a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo, temos que:

a) 61% estão em veículos que possuem e seguem *sempre* ou *na maioria das vezes* instâncias internas de regulação como manuais de redação, *ombudsman* e conselhos de leitores, enquanto 38% estão em veículos que não contam com tais mecanismos, ou os possuem mas *raramente* ou *nunca* os seguem (para toda a amostra, os números são 56% e 43%, respectivamente).

b) 46% estão em veículos que *sempre* ou *quase sempre* “concedem apoio para participação em eventos de atualização profissional”, enquanto 39% estão em veículos que *raramente* ou *nunca* “concedem apoio para participação em eventos de atualização profissional” (para toda a amostra, os números são 42% e 46%, respectivamente).

c) 77% estão em veículos que “já exercitam sua RSE”, “estão em fase de implementação de práticas de RSE” ou “eventualmente discutem a necessidade de implementar práticas de RSE”, enquanto 20% estão em veículos que “não serão capazes de implementar práticas de RSE, ainda que reconheçam seu valor” ou “não serão capazes de reconhecer o valor de conceitos de RSE” (para toda a amostra, os números são 69% e 29%, respectivamente).

d) 76% estão em veículos que *sempre* ou *na maioria das vezes* “possuem jornalistas com sólida formação acadêmica”, enquanto 22% estão em veículos que *raramente* ou *nunca* “possuem jornalistas com sólida formação acadêmica” ou “possuem jornalistas sem qualquer formação acadêmica” (para toda a amostra, os números são 69% e 28%, respectivamente).

e) 74% estão em veículos que *sempre* ou *na maioria das vezes* “proporcionam prazos e recursos adequados para se atingir qualidade, enquanto 25%

estão em veículos que *raramente* ou *nunca* “proporcionam prazos e recursos adequados para se atingir qualidade (para toda a amostra, os números são 66% e 33%, respectivamente).

## Discussão dos resultados

A interpretação dos números resultantes destes cinco eixos de cruzamentos acima, envolvendo a combinação de diversos conceitos de qualidade jornalística, entre os 12 que formulamos segundo o documento “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010), sugere que jornalistas com mais autonomia e independência, ou seja, que *raramente* ou *nunca* “se sentem forçados a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo”, estão com mais frequência em veículos de comunicação que possuem instâncias internas de regulação; concedem apoio para participação em eventos de atualização profissional; exercitam sua RSE; possuem jornalistas com sólida formação acadêmica no sentido específico aqui considerado; e proporcionam prazos e recursos adequados para se atingir qualidade. Ou, raciocinando inversamente, podemos considerar que veículos com estas qualidades estão positivamente relacionados com mais independência e autonomia dos jornalistas, ou se apresentam justamente como um local onde os jornalistas podem atuar com mais liberdade, sem necessariamente serem forçados a repercutir as perspectivas políticas do veículo em suas matérias. Embora os números que sustentem estas percepções sejam apenas um pouco maiores que aqueles referentes ao conjunto da amostra, pode-se dizer que eles apontam tendências efetivas, manifestadas em cinco cruzamentos distintos de dados.

Considerando agora os resultados em geral, podemos sustentar que a amostra sondada parece estar esclarecida a respeito da importância de critérios de qualidade que, embora tenham sido definidos de acordo com a visão específica sobre o tema apresentada pelo documento da UNESCO, possuem ampla validade, a ponto de serem aqui considerados algo adequado para aplicação generalizada. Isto é, a elevada concordância com os 12 conceitos de qualidade

propostos indica que, ao menos entre a amostra sondada, a atuação profissional está solidamente relacionada a princípios claros, objetivos e atuais segundo as prescrições de uma organização multilateral atenta à qualidade das mídias em todo o mundo.

O fato de os respondentes estarem registrados em listas de correio eletrônico de entidades preocupadas com a qualidade das mídias e da informação jornalística deve ter contribuído para que os resultados fossem altamente positivos, indicando elevada concordância com os conceitos de qualidade propostos. Também são jornalistas mais experientes e salários relativamente mais elevados, considerando-se a média da categoria.

Os conceitos que parecem aplicados com mais frequência nos veículos dos jornalistas sondados são os de número 1 e 2. Mais de 90% dos respondentes afirmaram atuar em veículos caracterizados pela efetivação de princípios editoriais de pluralismo (“capacidade de representar as visões de todo o espectro político”) e obediência a normas éticas.

Em menor escala, mas ainda com números que sugerem grande adesão aos respectivos princípios, estão os conceitos 5, 6, 8 e 11. Acima de 70% dos respondentes afirmaram atuar em veículo que “raramente” ou “nunca” se vê ameaçado por restrições legais à liberdade de imprensa ou se sente forçado a repercutir as perspectivas do veículo em suas matérias, e “sempre” ou “quase sempre” conta com jornalistas que dominam o conhecimento necessário à produção de análises precisas e independentes e ao uso eficiente de tecnologias de comunicação e informação.

Embora a valorização de instâncias externas de acompanhamento e crítica de mídia como observatórios de imprensa seja elevada (95%), o mesmo não ocorre com as instâncias internas. Pouco mais da metade dos respondentes afirmou que seu veículo possui ao menos uma delas (conceito 3), especificadas pela questão “9a” como “manuais de redação, *ombudsman* e conselhos de leitores”. Embora estes mecanismos sejam bastante diferentes entre si e exijam compromissos e recursos distintos para sua implantação, foram agrupados na mesma questão porque a presença de um deles já sinaliza a preocupação sistemática das empresas de mídia com a qualidade. Este



indicador pode, desta forma, ser considerado especialmente negativo, apontando a distância ainda a ser percorrida pelas mídias na institucionalização de procedimentos formais de busca de qualidade.

Outro indicador preocupante se relaciona ao conceito 7. Embora 98% dos respondentes tenham manifestado concordância a respeito da importância da participação em eventos de atualização profissional, 57% afirmam que seu veículo “raramente” ou “nunca” ofereceu apoio ou este nem chegou a ser solicitado pelo respondente, provavelmente devido à expectativa de não recebê-lo. Isto sugere uma confirmação, ao menos entre a amostra sondada, da percepção generalizada, entre os acadêmicos da área de comunicação, de que muitos jornalistas tendem a desconsiderar a relevância de atualizar-se, conservando o mesmo saber profissional por décadas, a despeito de mudanças do ordenamento legal e institucional trazerem transformações de grande magnitude para a sociedade, a política e a economia, a serem devidamente assimiladas pelos critérios de produção da notícia.

Um indicador ambíguo se assenta sobre o conceito de qualidade 12. Praticamente dois terços dos respondentes afirmaram atuar em veículo que sempre ou quase sempre “proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade”, e um terço afirmou trabalhar em veículo que raramente ou nunca o faz.

Se a maioria informa não ter problemas com limites de tempo e condições e infraestrutura para reportagem, teria sido solucionado para esses respondentes o obstáculo historicamente e mais comumente citado pelos jornalistas como o responsável pelas insuficiências da notícia. No entanto, o enxugamento das redações e o acúmulo de funções têm sido denunciados com regularidade pelos sindicatos profissionais, e não haveria um fator objetivo de mudança que nos leve a crer que, subitamente, prazos e condições tenham sido ampliados. Assim, uma explicação plausível para este resultado pode ser a de que a autoimagem construída pelos respondentes foi excepcionalmente positiva e talvez reflita certa idealização de suas condições de trabalho, produzida em função da necessidade de se oferecer uma resposta

adequada a uma pesquisa associada a uma organização multilateral.

De qualquer forma, o fato de um terço da amostra afirmar ter problemas com prazos e condições indica que o tradicional obstáculo ainda existe. Assim, se é possível que ele seja menos frequente na atualidade, também é possível que muitos respondentes tenham preferido menosprezá-lo.

Apesar de ainda elevados, os índices de concordância com os conceitos 10 (88%) e 11 (90%) são os menores entre os 12 formulados. No caso do conceito 10, podem ser oferecidas algumas razões possíveis para a menor adesão. Sob ele, propôs-se que uma formação acadêmica sólida deveria incluir conhecimento sobre a função da mídia no fortalecimento da democracia, sobre como permitir a expressão da diversidade de informações e interpretações no jornalismo e sobre técnicas de jornalismo investigativo.

Ora, em um país marcado pela recente experiência de mais de duas décadas de ditadura militar, no qual a mídia é explorada principalmente com fins comerciais, com fraca tradição de serviço público, é natural que a própria formação profissional inclua escasso conhecimento sobre o papel dos meios de comunicação na expansão da democracia. Talvez os próprios respondentes tenham dificuldade de se lembrar dos conteúdos escolares correspondentes a essa temática. Além disso, quando prevalece o caráter comercial da mídia, a mais proeminente tarefa de uma matéria jornalística será a de atrair e manter o interesse do consumidor, o que talvez não seja sempre compatível com a obrigação de expressar a diversidade de posicionamentos relevantes ao assunto focado.

Assim, embora provavelmente os respondentes compartilhem o saber comum da área sobre a importância de “ouvir os dois lados da história”, talvez não reconheçam outras tarefas pertinentes à expressão do pluralismo e portanto o associem em menor grau à sólida formação em jornalismo. Por fim, vale dizer que jornalismo investigativo é tema controverso na área. Muitos vêem a expressão como redundante: afinal, todo jornalismo seria investigativo. No entanto, parece mais importante hoje a visão de que o jornalismo é habitualmente praticado de maneira reativa aos acontecimentos, e desta forma as práticas investiga-

tivas se diferenciam à medida que vasculham realidades aparentemente não problemáticas em busca de fatos obscuros que mereçam escrutínio. E neste caso são necessárias habilidades mais complexas, possivelmente ignoradas por alguns respondentes.

Já em relação ao conceito 11, sob o qual se propôs a importância do amplo acesso às novas tecnologias de informação e comunicação para a atividade jornalística, é possível estimar a existência de uma atitude de resistência dos jornalistas ao uso em profundidade das ferramentas de pesquisa informatizadas, de resto bastante comum em diversas outras áreas profissionais, e natural em função da velocidade das mudanças tecnológicas e da necessidade de constante atualização para o domínio efetivo dos novos recursos.

Uma questão de especial relevância para nós foi a que, referindo-se ao conceito de RSE (Responsabilidade Social Empresarial), procurou aferir o grau de desenvolvimento, nos veículos de comunicação dos respondentes, de instrumentos relacionados (conceito de qualidade de número 9, questões “15a” e “15b”). O número relativamente elevado de jornalistas que afirmaram atuar em veículo que “já exercita sua RSE” (30%) ou “está em fase de implementação de práticas de RSE” (15%) deve ser contextualizado.

Como RSE, consideramos um contexto específico, regulado pela Isas (International Standardization and Accreditation Services) com a expertise da The Media and Society Foundation em suas normas BC9001: 2003 e P9001: 2005, de padronização de instrumentos de gestão de qualidade para a indústria de radiodifusão e mídia impressa, que cobrem 13 áreas: qualidade da informação; qualidade do conteúdo; ética; independência editorial; relações com anunciantes; relações com o público; relações com autoridades públicas; transparência; pesquisa de público; gestão de recursos humanos; organização de trabalho; infraestrutura; relações com fornecedores (ISAS; MSF, 2007).

Pensamos também em experiências avançadas como o programa da companhia britânica The Guardian News & Media Group (GMN, 2008), que consiste na implementação de ações que conduzem o crescimento de seus veículos de maneira sustentável, quanto aos aspectos de preservação ambiental e redução das

desigualdades sociais. Em relação ao meio ambiente, o GNM Group desenvolve processos de produção que valorizam materiais recicláveis e são baseados em parcerias com fornecedores comprometidos com a questão, além de incentivar anunciantes à preocupação com consumo e sustentabilidade. Já as temáticas sociais devem, segundo os princípios editoriais relacionados, ser cobertas com abordagens abrangentes, exploradas com base na diversidade de “perspectivas sociais, econômicas, políticas e científicas” relevantes (p. 5).

Qual seria a relação entre o contexto internacional e a realidade brasileira? Em outra etapa de nossa investigação, caracterizada e comentada por colaboradores – Christofletti (2010), Egypto (2010) e Guerra (2010) –, sondamos mais de duas dezenas de editores dos principais veículos de comunicação brasileiros e pudemos obter uma indicação que sugere a confirmação de nossa expectativa de que, no Brasil, pouco se tem notícia de tais estágios mais avançados de práticas de responsabilidade social empresarial. Assim, à medida que a questão “15a” associa RSE simplesmente a “ética na gestão de recursos humanos, transparência administrativa e incentivo a perfis criativos e inovadores”, podemos estimar que as iniciativas dos veículos de origem dos respondentes na área são mais incipientes e não têm paralelo com o avanço do respectivo contexto internacional. O que praticamente um terço dos respondentes apontou como uma realidade já em operação deve ser a prática de ações mais simples, relacionadas, provavelmente, à atuação transparente de um departamento de recursos humanos que possua critérios de avaliação, promoção etc.

O caráter incipiente das experiências na área fica mais nítido quando avaliamos a porcentagem de alternativas à questão “15b” que posicionam o veículo de origem dos respondentes como empresa que “eventualmente discute a necessidade de implementar práticas de RSE” (23,46%), “não será capaz de implementar práticas de RSE, ainda que reconheça seu valor (17,87%) e “não será capaz de reconhecer o valor de conceitos de RSE” (11,17%). Estas três respostas somam 52,50% do total. Para pouco mais de metade dos respondentes, a RSE ainda parece algo distante e de difícil implementação. E neste caso o

que eles devem ter associado ao conceito ainda é algo genérico, conforme sugerido pelo enunciado de nossas questões “15a” e “15b”. Se o enunciado efetivamente mencionasse características do contexto internacional de RSE, provavelmente a defasagem das respostas que obtivemos seria maior.

### Considerações finais

A elevada adesão da amostra de jornalistas sondados a exigentes conceitos de qualidade jornalística, relacionados às proposições de uma organização multilateral, nos leva a formular perspectivas positivas para o aperfeiçoamento das mídias brasileiras.

Obviamente, os altos índices de concordância com complexas exigências à atividade jornalística devem ser vistos com reserva. Provavelmente, eles se devem em parte à predisposição de nossa amostra selecionada a valorizar determinadas práticas e valores saudáveis, e em outra medida possivelmente talvez a uma espécie de idealização das funções sociais da profissão.

A irregular tradição democrática brasileira, a forte presença de elementos de patrimonialismo e autoritarismo na cultura política do país e o insuficiente desenvolvimento do serviço público de radiodifusão, fatores que merecem especial atenção sob a perspectiva do Novo Institucionalismo, poderiam predizer resultados opostos àqueles aqui obtidos. Isto é, em função dessas características da cultura política nacional, poderíamos esperar uma baixa valorização de uma qualidade jornalística como o pluralismo, que tende a ser menosprezado quando se aceita o papel do jornalismo na defesa de perspectivas específicas, em detrimento de sua função de expressar a diversidade de posições relevantes a um fato ou acontecimento. Mas, entre a amostra sondada, registrou-se uma enorme valorização do pluralismo. Esta aparente contradição merece ser explorada em pesquisas futuras.

No entanto, sob outro ângulo, os altos índices de concordância obtidos oferecem um caminho plausível para se considerar que, se os respondentes atribuem-se papéis elevados, estarão mais dispostos a adotar estratégias que os levem a uma atuação progressivamente mais ajustada às demandas do fortaleci-

mento da democracia, em direção à afirmação do papel do jornalismo na sustentação do debate público democrático. É um cenário otimista, projetado por sinais consistentes que autorizam perspectivas de evolução do campo profissional do jornalismo no Brasil.

Também cabe indicar que nossa pesquisa contribuiu para lastrear o valor do documento “Indicadores de desenvolvimento da mídia” (UNESCO, 2010) como base objetiva, capaz de fornecer referências de grande importância para as diversas propostas atualmente em construção em torno do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação da UNESCO.

Por fim, para desdobramentos de pesquisa semelhantes, sugerimos a necessidade de empregar esforços para ampliar a base de profissionais a ser incluída nas sondagens, possivelmente por meio de contatos diretos com os comandos empresariais de grandes veículos de comunicação. E indicamos também a pertinência de gerar, com amostras mais numerosas, cruzamentos entre os resultados de questões selecionadas, a fim de captar *nuanças* dadas por cortes de distintos perfis profissionais, o que pode resultar em estratificações reveladoras sobre hábitos e valores associados a fatores como sociabilidades nas redações, segmentos de atuação e características da formação profissional.

### Agradecimentos

A Fábio Senne, do Núcleo de Qualificação e Relações Acadêmicas da Andi; Patricia Saito, da Rede Ethos de Jornalistas; Plínio Bortolotti e Angelina Nunes, da Abraji; e Eduardo Ribeiro, da Mega Brasil, pela inestimável colaboração na divulgação do convite para participação na pesquisa. Agradecimentos especiais a Guilherme Canela Godoi, coordenador da Área de Comunicação e Informação da Representação da UNESCO no Brasil, por ter acreditado no potencial da Renoi para a produção de conhecimento sobre a qualidade das mídias brasileiras.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBUQUERQUE, A. Another 'Fourth Branch': press and political culture in Brazil. *Journalism*, v. 6, n. 4, p. 486–504, 2005.
- BARROS FILHO, C; MARTINO, L. M. S. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.
- BENSON, R. News media as a "journalistic field": what Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. *Political Communication*, n. 23, n. 2, p. 187–202, 2006.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- CARVALHO, M. A. R. Cultura política, capital social e a questão do déficit democrático no Brasil. In: VIANNA, L. W. *A democracia e os três poderes no Brasil*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ/FAPERJ, 2002. p. 297-335.
- CERQUEIRA, L. A. E. *Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores*. Brasília: UNESCO Brasília, 2010.
- CHRISTOFOLETTI, R. *Indicadores da qualidade no jornalismo: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros*. Brasília: UNESCO Brasília, 2010.
- COOK, T. The news media as a political institution: looking backward and looking forward. *Political Communication*, n. 23, n. 2, p. 159–171, 2006.
- DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.
- GUERRA, J. L. *Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial*. Brasília: UNESCO Brasília, 2010.
- GMN (THE GUARDIAN NEWS & MEDIA GROUP). *Living our values: sustainability report 2008*. Londres, 2008. Disponível em: <<http://image.guardian.co.uk/sys-files/Guardian/documents/2008/12/03/report2008.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2009.
- HALL, P. A.; TAYLOR, R. C. R. As três versões do neo-institucionalismo. *Lua nova*, n. 58, p. 193-223, 2003.
- HALLIN, C. D.; MANCINI, P. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- HALLIN, C. D.; PAPATHANASSOPOULOS, S. Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, v. 24, n. 2, p. 175-195, 2002.
- HERSCOVITZ, H. Brazilian journalists' perceptions of media roles, ethics and foreign influences on Brazilian journalism. *Journalism Studies*, v. 5, n. 1, p. 71-86, 2004.
- ISAS (INTERNATIONAL STANDARDIZATION AND ACCREDITATION SERVICES); MSF (THE MEDIA AND SOCIETY FOUNDATION). *Quality Management Systems: guidelines for the implementation of international standards ISAS BC-9001:2003 and ISAS P-9001:2005 in broadcasting companies, Internet content producers and the press*. Nova York e Genebra, 2007. Disponível em: <<http://www.media-society.org/download/ISASBC-P9001GuidelinesEN.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2009.
- KAPLAN, R. The news about New Institutionalism: journalism's ethic of objectivity and its political origins. *Political Communication*, n. 23, n. 2, p. 173-185, 2006.

- LEWIS, J. News and the empowerment of citizens. *European Journal of Cultural Studies*, v. 9, n. 3, p. 303-318, 2006.
- LIMA, V. A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- MIGUEL, L. F. Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia. *Comunicação & Política*, v. 22, n. 3, p. 129-147, 2004.
- MOISÉS, J. A. Cidadania, confiança e instituições democráticas. *Lua Nova*, n. 65, p. 71-94, 2005.
- PUTNAM, R. D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, v. 28, n. 4, p. 644-83, 1995.
- ROCHA, C. V. Neoinstitucionalismo como modelo de análise para as políticas públicas: algumas observações. *Civitas*, v. 5, n. 1, p. 11-28, 2005.
- ROTHBERG, D. Conselhos de mídia e capital social. *Alceu* (PUC-RJ), v. 6, n. 12, p. 155-169, 2006.
- \_\_\_\_\_. Informação e economia política da comunicação no contexto da cidadania informada. In: *II Encontro da Ulepicc Brasil – União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*. Bauru, SP: 2008.
- RUBIM, A. A. C. (org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.
- RYFE, D. M. The nature of news rules. *Political Communication*, n. 23, n. 2, p. 203-214, 2006.
- SCHUDSON, M. The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, v. 2, n. 2, p. 149-170, 2001.
- SILVA, C. E. L. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1990.
- STRÖMBÄCK, J. In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, v. 6, n. 3, p. 331-345, 2005.
- UNESCO. *Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação*. Brasília: UNESCO, 2010. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>

# APÊNDICE I

## Questionário aplicado e suas respostas em números absolutos e percentuais

### Total da amostra: 179 respondentes de veículos de comunicação

#### 1. Nome (preenchimento opcional)

(não revelado aqui em função de compromisso assumido pelos pesquisadores)

#### 2. Estado

AC .....	1	PA .....	1
AL .....	2	PB .....	1
AM.....	0	PE.....	4
BA.....	6	PI.....	1
CE .....	6	PR .....	3
DF .....	11	RJ .....	12
ES.....	2	RN.....	1
GO .....	3	RO.....	2
MA.....	1	RS .....	8
MG .....	8	SC .....	4
MS .....	0	SP.....	96
MT .....	2	TO.....	1

Não responderam: 3

#### 3. Tempo de experiência profissional

- a) de um a três anos: 14 (7,82%)
  - b) de quatro a seis anos: 25 (13,96%)
  - c) de sete a nove anos: 12 (6,70%)
  - d) de dez a doze anos: 19 (10,61%)
  - e) mais de treze anos: 107 (59,77%)
- Não responderam: 2 (1,11%)

#### 4. Função atual exercida

- a) pauta/produção: 16 (8,93%)
  - b) reportagem: 74 (41,34%)
  - c) edição: 85 (47,48%)
- Não responderam: 4 (2,23%)

#### 5. Faixa salarial

- a) até R\$ 1.000: 6 (3,35%)
  - b) entre R\$ 1.000 e 2.000: 24 (13,40%)
  - c) entre R\$ 2.000 e 3.000: 37 (20,67%)
  - d) entre R\$ 4.000 e 5.000: 19 (10,61%)
  - e) mais de R\$ 5.000: 70 (39,10%)
- Não responderam: 23 (12,84%)

#### 6. Influência do veículo em que trabalha atualmente

- a) local: 17 (9,49%)
  - b) local e regional: 51 (28,49%)
  - c) regional: 10 (5,58%)
  - d) regional e nacional: 28 (15,64%)
  - e) nacional: 71 (39,66%)
- Não responderam: 2 (1,11%)

**7a. A qualidade de um veículo jornalístico está relacionada à sua capacidade de representar as visões de todo o espectro político e uma vasta gama de interesses sociais, inclusive aqueles dos setores mais vulneráveis da sociedade.**

**Você concorda com esta afirmação?**

- a) sim: 169 (94,41%)
  - b) não: 10 (5,59%)
- Não responderam: 0

**7b. A questão "7a" propõe um conceito específico de qualidade jornalística. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

- a) o veículo sempre atua de acordo com esse indicador de qualidade: 52 (29,05%)
- b) o veículo na maioria das vezes atua de acordo com esse indicador de qualidade: 111 (62,01%)

c) o veículo raramente atua de acordo com esse indicador de qualidade: 12 (6,70%)

d) o veículo nunca atua de acordo com esse indicador de qualidade: 1 (0,55%)

e) o veículo não conta com profissionais capazes de buscar esse indicador de qualidade: 1 (0,55%)

Não responderam: 2 (1,11%)

**8a. Os códigos de ética profissional são referência para a busca da qualidade jornalística. Você concorda com esta afirmação?**

a) sim: 170 (94,97%)

b) não: 8 (4,46%)

Não responderam: 1 (0,55%)

**8b. A questão “8a” propõe um papel para a ética como referência de qualidade. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

a) o veículo sempre atua de acordo com os códigos de ética profissional: 90 (50,27%)

b) o veículo na maioria das vezes atua de acordo com os códigos de ética profissional: 77 (43,01%)

c) o veículo raramente atua de acordo com os códigos de ética profissional: 7 (3,91%)

d) o veículo nunca atua de acordo com os códigos de ética profissional: 2 (1,11%)

e) o veículo não conta com profissionais capazes de implementar códigos de ética profissional: 2 (1,11%)

Não responderam: 1 (0,55%)

**9a. Instâncias internas de regulação como manuais de redação, ombudsman e conselhos de leitores são mecanismos importantes de busca de qualidade implementados pelas próprias organizações jornalísticas. Você concorda com esta afirmação?**

a) sim: 171 (95,53%)

b) não: 6 (3,35%)

Não responderam: 2 (1,11%)

**9b. A questão “9a” propõe meios de busca de qualidade jornalística. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

a) o veículo possui ao menos um desses mecanismos e sempre atua de acordo com ele: 43 (24,02%)

b) o veículo possui ao menos um desses mecanismos e na maioria das vezes atua de acordo com ele: 58 (32,40%)

c) o veículo possui ao menos um desses mecanismos, mas raramente atua de acordo com ele: 16 (8,93%)

d) o veículo possui ao menos um desses mecanismos, mas nunca atua de acordo com ele: 2 (1,11%)

e) o veículo não conta com tais mecanismos de qualidade jornalística: 59 (32,96%)

Não responderam: 1 (0,55%)

**10. A existência de meios externos de acompanhamento e crítica de mídia como observatórios e outras instâncias de regulação são importantes para aferir e colaborar para a elevação dos padrões de qualidade jornalística. Você concorda com essa afirmação?**

a) sim: 170 (94,97%)

b) não: 7 (3,91%)

Não responderam: 2 (1,11%)

**11a. A qualidade do jornalismo pode ser afetada quando os profissionais da área são ameaçados por instrumentos legais de coerção que afetem a liberdade de imprensa. Você concorda com esta afirmação?**

a) sim: 168 (93,85%)

b) não: 11 (6,14%)

Não responderam: 0

**11b. Em relação ao cotidiano de atuação no veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

a) o veículo sempre se vê ameaçado por instrumentos legais que limitam a liberdade de imprensa: 13 (7,26%)

b) o veículo quase sempre se vê ameaçado por instrumentos legais que limitam a liberdade de imprensa: 25 (13,96%)

c) o veículo raramente se vê ameaçado por instrumentos legais que limitam a liberdade de imprensa: 105 (58,65%)

d) o veículo nunca se vê ameaçado por instrumentos legais que limitam a liberdade de imprensa: 33 (18,43%)

e) não conta com profissionais capazes de distinguir as implicações de tais instrumentos: 1 (0,55%)

Não responderam: 2 (1,11%)

**12a. A qualidade do jornalismo também pode ser afetada caso as organizações privilegiem certas visões e excluam outras perspectivas em função de interesses específicos. Você concorda com esta afirmação?**

- a) sim: 173 (96,64%)
- b) não: 1 (0,55%)
- Não responderam: 5 (2,79%)

**12b. Em relação ao cotidiano de atuação no veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

- a) sempre se sente forçado a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo: 10 (5,58%)
- b) quase sempre se sente forçado a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo: 27 (15,08%)
- c) raramente sempre se sente forçado a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo: 77 (43,01%)
- d) nunca se sente forçado a adotar certa perspectiva em suas matérias para ajustá-las às posições políticas do veículo: 61 (34,07%)
- e) não conta com profissionais capazes de distinguir as posições políticas do veículo: 1 (0,55%)
- Não responderam: 3 (1,67%)

**13a. O apoio – financeiro, operacional, logístico etc – dos empregadores para a participação dos jornalistas em congressos, seminários, palestras e cursos de atualização profissional é importante na busca da qualidade editorial. Você concorda com esta afirmação?**

- a) sim: 175 (97,76%)
- b) não: 3 (1,67%)
- Não responderam: 1 (0,55%)

**13b. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

- a) o veículo sempre concede apoio para participação em eventos de atualização profissional: 23 (12,84%)
- b) o veículo quase sempre concede apoio para participação em eventos de atualização profissional: 52 (29,05%)

- c) o veículo raramente concede apoio para participação em eventos de atualização profissional: 51 (28,49%)
- d) o veículo nunca concede apoio para participação em eventos de atualização profissional: 32 (17,87%)
- e) eu nunca solicitei apoio para participação em eventos de atualização profissional: 20 (11,17%)
- Não responderam: 1 (0,55%)

**14a. Na busca por qualidade editorial, os jornalistas devem possuir conhecimento para produzir análises precisas e independentes e dominar os instrumentos necessários à obtenção de elevados padrões de excelência técnica (equilíbrio, pluralidade e expressão de visões autênticas, livres de manipulação indevida). Você concorda com esta afirmação?**

- a) sim: 177 (98,88%)
- b) não: 0
- Não responderam: 2 (1,11%)

**14b. A questão “14a” propõe certos requisitos da busca por qualidade jornalística. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

- a) o veículo sempre possui jornalistas com conhecimento teórico e prático para atender tais requisitos: 41 (22,90%)
- b) o veículo na maioria das vezes possui jornalistas com conhecimento teórico e prático para atender tais requisitos: 103 (57,54%)
- c) o veículo raramente possui jornalistas com conhecimento teórico e prático para atender tais requisitos: 32 (17,87%)
- d) o veículo nunca possui jornalistas com conhecimento teórico e prático para atender tais requisitos: 0
- e) o veículo possui jornalistas que não se preocupam com a busca de requisitos: 1 (0,55%)
- Não responderam: 2 (1,11%)

**15a. A busca por qualidade nas organizações jornalísticas também exige a implementação de práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), como ética na gestão de recursos humanos, transparência administrativa e incentivo a perfis criativos e inovadores. Você concorda com esta afirmação?**

- a) sim: 174 (97,20%)
- b) não: 4 (2,23%)
- Não responderam: 1 (0,55%)



**15b.** A questão "15a" afirma um princípio de qualidade jornalística. Sobre o veículo em que você trabalha atualmente, diria que:

- a) Já exercita sua RSE: 54 (30,16%)
  - b) Está em fase de implementação de práticas de RSE: 27 (15,08%)
  - c) Eventualmente discute a necessidade de implementar práticas de RSE: 42 (23,46%)
  - d) Não será capaz de implementar práticas de RSE, ainda que reconheça seu valor: 32 (17,87%)
  - e) Não será capaz de reconhecer o valor de conceitos de RSE: 20 (11,17%)
- Não responderam: 4 (2,23%)

**16a.** Para um jornalista atingir altos níveis de qualidade em seu trabalho, deve ter uma sólida formação acadêmica, que tenha incluído conhecimento sobre a contribuição da mídia para a consolidação da democracia; estudo de técnicas e estratégias para expressar a diversidade de posicionamentos relevantes sobre os assuntos enfocados; e aquisição de habilidades de jornalismo investigativo, e não meramente reativo aos acontecimentos. Você concorda com esta afirmação?

- a) sim: 157 (87,70%)
  - b) não: 22 (12,30%)
- Não responderam: 0

**16b.** A questão "16a" propõe características da formação profissional dos jornalistas. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:

- a) o veículo sempre possui jornalistas com sólida formação acadêmica: 41 (22,90%)
  - b) o veículo na maioria das vezes possui jornalistas com sólida formação acadêmica: 83 (46,36%)
  - c) o veículo raramente possui jornalistas com sólida formação acadêmica: 48 (26,81%)
  - d) o veículo nunca possui jornalistas com sólida formação acadêmica: 1 (0,55%)
  - e) o veículo possui jornalistas sem qualquer formação acadêmica: 2 (1,11%)
- Não responderam: 4 (2,23%)

**16c.** Em relação à sólida formação acadêmica considerada pela questão "16a" como pré-requisito importante para um jornalista atingir altos níveis de qualidade em seu trabalho, você diria que:

- a) está muito satisfeito com a sua formação: 49 (27,37%)
  - b) está razoavelmente satisfeito com a sua formação: 92 (51,39%)
  - c) está um pouco satisfeito com a sua formação: 26 (14,52%)
  - d) está insatisfeito com a sua formação: 8 (4,46%)
  - e) não consegue avaliar a adequação de sua formação diante das exigências de seu trabalho: 0
- Não responderam: 4 (2,23%)

**17a.** O amplo acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs) para a correta execução do trabalho de apuração jornalística é essencial na busca por qualidade. Você concorda com esta afirmação?

- a) sim: 162 (90,50%)
  - b) não: 15 (8,37%)
- Não responderam: 2 (1,11%)

**17b.** Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:

- a) as TICs disponíveis e o conhecimento para usá-las com eficiência sempre são suficientes: 28 (15,62%)
  - b) as TICs disponíveis e o conhecimento para usá-las com eficiência quase sempre são suficientes: 100 (55,86%)
  - c) as TICs disponíveis e o conhecimento para usá-las com eficiência raramente são suficientes: 32 (17,87%)
  - d) as TICs disponíveis e o conhecimento para usá-las com eficiência nunca são suficientes: 7 (3,91%)
  - e) não existe acesso às TICs no veículo em que trabalha atualmente: 10 (5,58%)
- Não responderam: 2 (1,11%)

**18a.** Os prazos de execução das atividades de reportagem, redação e edição e os recursos de logística disponíveis (transporte, equipamentos etc) devem ser adequadamente dimensionados para sustentar a busca por qualidade jornalística. Você concorda com esta afirmação?

- a) sim: 175 (97,76%)
  - b) não: 4 (2,23%)
- Não responderam: 0

**18b. Em relação ao veículo em que você trabalha atualmente, você diria que:**

a) sempre proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade: 20 (11,17%)

b) na maioria das vezes proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade: 99 (55,30%)

c) raramente proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade: 50 (27,93%)

d) nunca proporciona prazos e recursos adequados para se atingir qualidade: 7 (3,91%)

e) você não consegue avaliar quais seriam os prazos e recursos adequados para suas necessidades: 2 (1,11%)

Não responderam: 1 (0,55%)

**19. O veículo em que você atua dispõe de sistemas de controle e redução de erros, com seções ou colunas para publicar retificações e conceder direito de resposta?**

a) sim, e os utiliza frequentemente: 81 (45,25%)

b) sim, e os utiliza ocasionalmente: 40 (22,34%)

c) sim, mas os utiliza raramente: 21 (11,73%)

d) o veículo não dispõe de tais sistemas: 36 (20,10%)

Não responderam: 1 (0,55%)

## APÊNDICE II

### Mensagem de correio eletrônico enviada antecipadamente ao convite para participação na pesquisa

Brasília, abril de 2009

37

Pesquisa “Indicadores de Qualidade Jornalística”

Prezado (a) Jornalista, saudações.

A RENOI (Rede Nacional de Observatórios de Imprensa) está realizando, com o apoio da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), uma pesquisa nacional com vistas à constituição de uma matriz de Indicadores de Qualidade Jornalística.

A primeira etapa da pesquisa consiste na aplicação de um questionário online, de múltipla escolha, a ser distribuído pela mailing list da ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância), que apóia a iniciativa da RENOI. Você receberá nas próximas horas nova mensagem contendo um link para as perguntas e informações sobre a pesquisa. Contamos com sua colaboração em responder o questionário, o que deverá lhe tomar de 5 a 7 minutos.

Desde já agradecemos a sua participação.

Cordialmente,

Prof. Dr. Josenildo Guerra (coordenador) – Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof. Dr. Rogério Christofolletti – Universidade do Vale do Itajaí (Univali)

Prof. Dr. Danilo Rothberg – Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

Ms. Luiz Egypto de Cerqueira – Instituto Projor / Observatório da Imprensa

## APÊNDICE III

### Mensagem de correio eletrônico com convite e *link* para participação na pesquisa

Brasília, abril de 2009

Pesquisa “Indicadores de Qualidade Jornalística”

Prezado (a) Jornalista, saudações.

A pesquisa de indicadores de qualidade jornalística é atualmente um dos meios mais eficazes para se conhecer a contribuição dada pelas mídias ao fortalecimento da cidadania. O link a seguir remete a um questionário de múltipla escolha que integra a pesquisa “Indicadores de Qualidade Jornalística”, apoiada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) e conduzida pela Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RENOI). As questões foram elaboradas de acordo com o documento “Indicadores para o Desenvolvimento da Mídia”, da UNESCO.

<http://spreadsheets.google.com/viewform?hl=en&formkey=ckpNSWZRa1dwTEhIOWpmV0lpYjlyd3c6MA..>

Seu nome foi escolhido por constar da mailing list da (organização), que também apóia a iniciativa. Sua participação nesta pesquisa representa importante contribuição para o aperfeiçoamento da qualidade do jornalismo no Brasil. Você despendará de 5 a 7 minutos para responder. Se preferir, terá identidade preservada. Os dados obtidos serão usados apenas para fins acadêmicos e científicos.

Agradecemos a sua colaboração e nos colocamos à disposição para quaisquer informações sobre a pesquisa.

Cordialmente,

(nome, vinculação institucional, telefone e *e-mail* dos pesquisadores)

## APÊNDICE IV

### Informações sobre a pesquisa oferecidas como introdução ao formulário

Pesquisa Indicadores de Qualidade Jornalística

Brasília, maio de 2009

Saudações, jornalista

Este questionário foi elaborado de acordo com os “Indicadores para o Desenvolvimento da Mídia”, da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), e integra uma pesquisa apoiada pela instituição no Brasil e conduzida pela Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi).

Informações adicionais podem ser lidas no sítio da UNESCO:

<http://www.brasilia.unesco.org/noticias/releases/unesco-e-renoi-fecham-parceria-por-indicadores-de-qualidade-jornalistica>

Sua participação nesta pesquisa representa importante contribuição para o aperfeiçoamento da qualidade do jornalismo no Brasil. Sua identidade será preservada e os dados da pesquisa serão usados apenas para fins acadêmicos e científicos.

Agradecemos a sua colaboração e nos colocamos à disposição para outras informações sobre a pesquisa.

Cordialmente,

(nome, vinculação institucional, telefone e *e-mail* dos pesquisadores)

# RESUMO EXECUTIVO DA PESQUISA

## Indicadores da Qualidade da Informação Jornalística

A pesquisa “Indicadores da Qualidade da Informação Jornalística” é um estudo realizado em 2009 por pesquisadores brasileiros para reconhecer o estado atual da indústria jornalística nacional no que tange seus esforços para a busca da excelência técnica e a qualidade de seus serviços e produtos. Resultado da parceria entre a UNESCO e a Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoj), a pesquisa teve três momentos: a) levantamento das visões dos jornalistas profissionais sobre qualidade; b) sistematização das posições dos gestores das empresas do setor sobre qualidade; c) reflexão, discussão e concepção de uma matriz de indicadores para aferir a qualidade jornalística.

Esta matriz pretende funcionar como marco organizativo inicial, passível de aportes adicionais que advirão dos testes práticos e das contribuições do setor jornalístico, da academia e, sobretudo, do mercado.

Por questões operacionais, a equipe de pesquisa concentrou-se nos segmentos da indústria que se ocupam da edição de jornais e revistas, abrangendo empresas de caráter regional e nacional, com tradição, penetração e influências comprovadas. Os resultados apontam para um perfil do setor no país, e a matriz de indicadores de qualidade pode ser adaptada para outros segmentos da indústria.

Para o levantamento das visões dos jornalistas sobre qualidade, recorreu-se a um formulário eletrônico, contendo 30 questões que relacionavam hábitos e condutas profissionais, conceitos e considerações acerca do tema qualidade e da sua ligação com a consolidação de Estados democráticos. O pressuposto deste procedimento é que a busca por métricas coerentes de avaliação de qualidade do jornalismo

envolve a identificação de fatores de ambiente e cultura política que podem influenciar o desempenho dos profissionais da área. Assim, os papéis que os jornalistas atribuem a si próprios podem ser aspectos essenciais para as regras de produção de notícias.

O formulário eletrônico foi elaborado com base no documento “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia” (UNESCO, 2008), um abrangente roteiro de avaliação de vários fatores que determinam a qualidade da contribuição das mídias para a expansão da democracia. Distribuído nacionalmente, o questionário foi respondido por 275 respondentes, gerando uma amostra do que pensam os jornalistas brasileiros sobre qualidade em seu campo de atuação.

Os resultados obtidos permitem sustentar que os jornalistas sondados parecem estar esclarecidos a respeito da importância de critérios de qualidade que, embora tenham sido definidos de acordo com a visão específica sobre o tema apresentado pelo documento da UNESCO, possuem ampla validade, a ponto de serem considerados adequados à aplicação generalizada. A elevada concordância com os conceitos de qualidade propostos indica que, entre a amostra, a atuação profissional está solidamente relacionada a princípios claros, objetivos e atuais segundo as prescrições de uma organização multilateral atenta à qualidade das mídias em todo o mundo. Este cenário enseja perspectivas positivas para o aperfeiçoamento das mídias brasileiras. Se os respondentes atribuem-se papéis elevados, estarão mais dispostos a adotar estratégias que os levem a uma atuação progressivamente mais ajustada às demandas do fortalecimento da democracia, em direção à afirmação do papel do jornalismo na sustentação do debate público democrático.

O segundo momento da pesquisa “Indicadores da Qualidade da Informação Jornalística” se ocupou de sistematizar as posições dos gestores das empresas do setor sobre qualidade. Para tanto, a equipe de pesquisa recorreu a três técnicas associadas: revisão bibliográfica, revisão documental e entrevistas em profundidade. As revisões permitiram observar os esforços empresariais e exteriores em busca da excelência técnica. Obteve-se então um inventário histórico da adoção de novos procedimentos, das inovações operacionais ou de equipamentos, da implementação de sistemas e de instrumentos de uniformização de práticas que contribuíram para a evolução da imprensa no Brasil. O levantamento desses marcos possibilitou a produção de uma cronologia breve da inovação e da qualidade do jornalismo em meios impressos no país. Foram identificados, então, movimentos difusos, heterogêneos e desarticulados em prol da qualidade dentro das organizações jornalísticas e em outras camadas organizadas da sociedade. Os dois vetores pela qualidade não se resumem a uma tensão que contrapõe mercado e sociedade, sendo mais adequado compreender que a tensão se dá entre instâncias interiores e exteriores à administração das organizações jornalísticas. Para compreender essa dinâmica, recorreu-se a uma amostra das empresas jornalísticas brasileiras, necessariamente organizações do mercado de meios impressos, controladas por grupos privados. Foram ainda considerados critérios como representatividade geográfica, tradição, abrangência e influência das publicações editadas. Em seguida, 22 gestores foram entrevistados sobre indicadores e políticas editoriais de qualidade de suas organizações. A pesquisa cobriu 14 estados nas cinco regiões brasileiras. Participaram grupos jornalísticos com abrangência nacional e regionais, e as entrevistas aconteceram em maio e junho de 2009, por telefone.

Um roteiro de 12 perguntas foi usado, abordando parâmetros, políticas e procedimentos de qualidade, gestão e acompanhamento, instrumentos de avaliação externos, relações com interlocutores, e autoavaliação dos produtos editados. Os resultados indicaram padrões e preocupações de jornais e revistas na direção de indicadores de qualidade para a área. As respostas às entrevistas permitiram, por exemplo, entrever o que pensam e com o que se preocupam editores-executivos, *publishers* e diretores

da imprensa brasileira. Em termos de valores intangíveis, percebeu-se que não há consenso entre os sujeitos da pesquisa sobre uma articulação direta entre diversidade, pluralidade e qualidade na empresa jornalística. Os gestores concordam que a ética sinaliza caminhos para a busca de qualidade, mas não há convergência de opiniões ou clareza sobre quais regras ou padrões seguir. Com isso, há pouca definição de princípios e conceitos, restrito apego a normas de conduta, e possível descontrole ou pouca preocupação acerca das atitudes dos profissionais em situações práticas. Os gestores, no entanto, concordaram com o fato de que a garantia da independência financeira de suas empresas é requisito para sua independência editorial, preservando o jornalismo e buscando mais qualidade de suas publicações.

As respostas sinalizam diferentes realidades nas empresas jornalísticas brasileiras. O que se deve a diversos fatores, como as dimensões e a influência dos grupos que editam essas publicações, o grau de consolidação de culturas organizacionais internas, ou ainda o comprometimento dessas empresas quanto à problemática da qualidade no jornalismo.

O terceiro momento da pesquisa “Indicadores da Qualidade da Informação Jornalística” deteve-se na reflexão, discussão e concepção de uma matriz de indicadores para aferir a qualidade jornalística. A equipe de pesquisadores considera que a definição de Indicadores de Qualidade, inseridos num sistema de gestão da qualidade, pode ajudar tanto os grupos que monitoram organizações jornalísticas quanto a estas próprias a identificar com maior precisão quais são os atributos qualitativos desejáveis e quais são os vícios a serem evitados em produtos e serviços.

O desafio da qualidade no jornalismo articula duas dimensões: a existência de ambientes sociais, culturais, políticos, econômicos, que sejam voltados para a qualidade; e a existência de organizações que se comprometam e desenvolvam *know how* suficiente para alcançar padrões de desempenho definidos e aferidos por meios públicos, os quais podem ser afirmados como “padrões de qualidade”.

Nesta pesquisa, qualidade em jornalismo consiste no grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência. Essas expectativas da audiência são consideradas nas dimensões privada (relativa a gostos, preferências e interesses pessoais) e pública (ligada ao interesse público como Valor-No-

tícia de Referência Universal). A equipe de pesquisadores elaborou uma matriz de indicadores de qualidade que se apoia nas teorias do jornalismo, em documentos como o “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia” (UNESCO, 2008), e em normas-padrão reconhecidos pela Fundação Nacional da Qualidade. Propõe-se, então, um sistema de gestão da qualidade aplicado a organizações jornalísticas apoiado nos seguintes itens: a) requisitos gerais; b) responsabilidade da direção e liderança organizacional; c) estratégias e planos; d) audiência e sociedade; e) informações e conhecimento; f) gestão de recursos; g) realização do produto e dos processos; e h) medição, análise e melhoria/resultados.

A matriz proposta objetiva ser o passo inicial para a construção de uma ferramenta mais abrangente de

indicadores de qualidade. O intuito é servir de subsídio a processos de autoavaliação de empresas jornalísticas e a projetos derivados de políticas de qualidade e de programas de excelência.

O jornalismo, por seu papel de fomentador do debate público e instância determinante da vida democrática, é antes de tudo uma atividade de interesse público e, como tal, deve submeter-se à vigilância proativa da sociedade a que serve e às determinações éticas inerentes a essa condição. A matriz de indicadores proposta visa a provocar respostas úteis para a gestão de qualidade de empresas jornalísticas de fato comprometidas com o interesse público – vale dizer, com a democracia e com o seu aprimoramento.



# EXECUTIVE SUMMARY OF THE STUDY

## Indicators for quality journalistic information

“Indicators for quality journalistic information” is a study carried out in 2009 by Brazilian researchers aimed at identifying the current state of the efforts made by the Brazilian journalistic industry in the search for technical excellence and quality of services and products. As a result of an association between UNESCO and Renoi (Brazilian abbreviation for National Network of Media Watchers), the research was developed in three stages: a) a survey of views from professional journalists on quality; b) interviews with managers of media companies about quality; c) discussion and creation of a matrix of indicators to measure quality in journalism.

Such a matrix intends to be a contribution in the form of an initial frame to organize ideas on the subject, open to further add-ons which are expected to come from practical tests and perspectives of the publishing and journalism industry, and journalism schools.

Our team focused on the press industry, comprising regional and national companies of newspapers and magazines, known by their solid reputation, wide range and power to strongly influence their readers. The results show a profile of the Brazilian press sector.

The goal of gathering journalists’ views on quality was achieved by means of an electronic form with 30 questions, covering professional attitudes and opinions on quality journalism and the advancement of democracy. We investigated the roles that journalists attribute to themselves, looking at aspects of environment and political culture, which may have an impact on professional performance.

Our electronic form was built in close relation to UNESCO Media Development Indicators, a wide

range list of criteria to assess a variety of aspects determine the quality of the contribution given by the media to the strengthening of democracy. Applied in a nationwide sample, the electronic form was answered by 275 individuals giving us an interesting perspective on what Brazilian journalists think about quality in their working field.

The results enabled us to maintain that the journalists from our sample seemed to be informed about the relevance of quality indicators which, although formulated according to a specific view of the subject presented by UNESCO, have wide validity and so can be taken as suitable criteria to general application.

Within our sample, the high level of agreement with the proposed quality concepts indicates that professional performance has been consistently associated to clear, objective and up-to-date recommendations given by a multilateral organization attentive to media quality all over the world. This context brings positive opportunities to improve Brazilian media. If our respondents attribute demanding roles to themselves, they are supposed to be more inclined to the adoption of strategies that lead them to a performance that is progressively more compatible with the needs of strengthening democracy, in the sense of consolidating journalism’s mission in sustaining democratic public debate.

The second stage of the research gathered media managers’ perspectives on quality. For that, the research team applied three techniques: bibliographic review, documentation review and in-depth interviews. This enabled us to evaluate the

efforts made by the media and society in searching for technical excellence. We built a historical inventory of the adoption of new procedures, operational and equipment innovation, systems implementation and standardization of practices which have contributed to the evolution of the Brazilian press. The appraisal of those landmarks allowed us to make a brief chronology of the innovation and quality in journalism. We selected a sample of the Brazilian journalistic organizations, only from the private press media. We regarded criteria such as regional representativeness, reputation, range and influence of the publications. From May to June 2009, we also interviewed 22 managers by phone about indicators and editorial quality policies in their organizations. The study covered states in the five Brazilian regions. Journalistic groups of national and regional range took part in it.

A twelve-question script was followed, covering quality parameters, policies and procedures, management and follow-up, external measurement tools, relation with other social sectors and self-assessment. The results showed patterns and concerns from newspapers and magazines, which point to the direction of media quality indicators. The answers to our questions allowed us to get a picture the thoughts and concerns of executive editors, publishers and newsroom directors of the Brazilian press. In terms of intangible values, we noticed that there is no consensus among those from our sample about effective associations between diversity, pluralism and quality in the journalistic sector. The managers agreed that Ethics paves the way for the search for quality, but there is no convergence of opinions or understanding about what rules or standards to follow. In consequence, there is little definition of principles and concepts, reduced compliance with norms of conduct, and possible negligence or little concern about professional attitudes in practical challenges. The managers, however, agreed with the fact that the assurance of financial independence of their companies is a requirement for their editorial independence.

The answers point to a variety of realities in Brazilian journalistic companies. We think this is due to many factors such as the dimension and influence of the publishers, the level of consolidation of

organizational cultures, and the commitment of those companies with the thematic of quality journalism.

The third step of the research focused on discussion and creation of a matrix of indicators to assess journalistic quality. The research team thinks that the formulation of quality indicators, considered within a quality management system, may help both the groups that monitor journalistic organizations and the media companies to more precisely identify undesirable characteristics and practices.

The challenge of quality journalism implies a connection between two large dimensions of this matter: 1) the existence of social, cultural, and political environments devoted to quality; and 2) the existence of organizations committed to the development of know-how to reach performance and quality standards defined in a public and transparent way.

To this survey, quality journalism consists in a level in which news aligns to audience expectations. News is considered in a private dimension – related to tastes, preferences and personal interests – and in a public dimension – given by the public's interest as a news value of general validity. The research team formulated a matrix of quality indicators sustained by journalistic theories, guidelines such as the UNESCO Media Development Indicators (2008) and standard rules recognized by the National Foundation of Quality (Brazil). We proposed a quality management system to be applied to journalistic organizations with the following items: 1 – General requirements; 2 – Responsibility of organizational command and leadership; 3 – Strategies and plans; 4 – Audience and society; 5 – Information and knowledge; 6 – Resources management; 7 – Processes and product manufacturing; and 8 – Measurement, analysis and improvement / results.

The matrix we proposed intends to be an initial step to the construction of a more complete set of quality indicators. Our purpose is to contribute to lay the grounds to the self-evaluation processes of journalistic companies and to initiatives derived from quality policies and excellence programs.

Journalism is, due to its role to advance public debate and sustain democratic life, above all, an activity of public interest, and as such it must be subjected to the active vigilance from the society

which serves and to inherent ethical resolutions. The matrix of indicators we proposed intends to prompt useful responses to quality management of journalistic companies, which are truly committed to serving the public's interest – that is, democracy and its improvement.



Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura

## Representação no Brasil

[www.unesco.org.br/brasil](http://www.unesco.org.br/brasil)

- SAUS Quadra 5 - Bloco H - Lote 6
- Ed. CNPq/IBICT/UNESCO - 9º andar
- 70070-912 - Brasília - DF - Brasil
- Caixa Postal 08559
- Tel.: + 55 (61) 2106 3511
- Fax: + 55 (61) 2106 3697