

**UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU - FURB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA COMUNICAÇÃO
JORNALISMO**

BRENDA PEREIRA

**JORNALISMO DE DADOS EM VEÍCULO DE INTERIOR: DISCUSSÕES E
APLICAÇÕES NO JORNAL O MUNICÍPIO**

BLUMENAU

2018

**JORNALISMO DE DADOS EM VEÍCULO DE INTERIOR: DISCUSSÕES E
APLICAÇÕES NO JORNAL O MUNICÍPIO**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Jornalismo do Centro de Ciências Humanas e da Comunicação da Universidade Regional de Blumenau - FURB, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof^ª. Dra. Clarissa Josgrilberg Pereira

BLUMENAU

2018

**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

BRENDA PEREIRA

**JORNALISMO DE DADOS EM VEÍCULO DE INTERIOR: DISCUSSÕES E
APLICAÇÕES NO JORNAL O MUNICÍPIO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
para a obtenção do grau de Bacharel em
Jornalismo, pela Banca examinadora
formada por:

Aprovado em: 04/12/2018



Presidente: Profa. Clarissa Josgrilberg Pereira, Doutora, FURB.



Membro: Profa. Wanis Célia Bittencourt, Mestre, FURB.



Membro: Prof. Sandro Lauri da Silva Galarça, Doutor, FURB.

A Deus, que me iluminou e me deu forças. Aos meus pais Vitor (in memoriam) e Rosita, que sempre me incentivaram a estudar, e aos demais familiares que caminham comigo

AGRADECIMENTOS

Os três anos e meio de faculdade foram intensos. Cada semestre era uma nova aventura, com novos obstáculos a serem superados. O mérito de chegar até aqui não é só meu, este trabalho é fruto de todas as pessoas incríveis que conviveram comigo durante esta caminhada e que contribuíram para o meu crescimento pessoal e intelectual.

Agradeço primeiramente a Deus por todas as bênçãos e forças concedidas a mim. Aos meus pais Vitor (*in memoriam*) e Rosita, que sempre me apoiaram nos estudos. Obrigada mãe, por puxar a minha orelha todas as vezes que eu ficava com preguiça de fazer as minhas atividades. Obrigada pai, por ser meu anjo lá no céu e interceder por mim. Obrigada Sabrina e Camily, por serem irmãs incríveis. Obrigada aos meus familiares, por todas as orações e apoio, e ao Enzo, por todo o incentivo e auxílio.

Sou grata às amigas Alice, Renata, Maria Júlia e Isabella, por todos os momentos que tivemos juntas, principalmente durante as manhãs na universidade. Agradeço também às amizades que fiz no período noturno, em especial aos amigos Anna e Odair, parceiros nos trabalhos de aula.

Meu obrigada a todos os mestres que dedicaram o seu tempo a ensinar a arte de fazer Jornalismo. À professora Clarissa, por todos os ensinamentos sobre o jornalismo digital, que resultaram na minha paixão pela área, e por ter sido uma excelente orientadora durante toda a faculdade e o TCC.

Agradeço a professora Roseméri, que me ensinou a pensar fora da caixa sem perder a essência do Jornalismo e que cumpriu seu papel de mestre, sempre me guiando aos melhores caminhos. Ao professor James, que com seu amor pela profissão me ensinou a usar o Jornalismo para fazer o bem e a nunca desistir dos meus sonhos.

E obrigada ao jornal O Município que abriu as portas para o meu estágio e para esta pesquisa, possibilitando aliar teoria e prática.

“Nós não precisamos de magia para transformar nosso mundo. Já temos o poder que precisamos dentro de nós mesmos. Nós temos o poder de imaginar o melhor”.

J.K. Rowling, 2008

RESUMO

Com o desenvolvimento da web, as redações precisam estar cada vez mais imersas no meio digital e pensando em novas formas de produção. O jornalismo de dados é uma área pouco desenvolvida, mas que tem potencialidade para transformar a rotina produtiva de um jornal. Estudos mostram que as tentativas de inserir o jornalismo de dados na produção jornalística são espaçadas, principalmente porque os profissionais não têm conhecimento acerca do tema. Por isso, este trabalho analisa as características do “jornalismo em base de dados” no jornal O Município, um jornal de interior, situado na cidade de Brusque (SC). De tipo exploratório-descritivo, esta monografia, primeiramente, apresenta a pesquisa bibliográfica. Na sequência, realiza pesquisa de campo em que usou como instrumento de análise um diário de observação e a entrevista estruturada, que foi realizada com os jornalistas do veículo. Além disso, foram selecionadas, por meio de imersão, reportagens guiadas por dados, as quais foram analisadas a partir de uma ficha de análise. A análise dos resultados mostrou que apesar de O Município não aplicar plenamente todas as características do webjornalismo e do jornalismo em base de dados, é um jornal desenvolvido na área, pois as funcionalidades que estão ao alcance do veículo atuam de forma eficiente na rotina produtiva.

Palavras-chave: jornalismo de dados; jornal O Município; webjornalismo; jornalismo guiado por dados.

ABSTRACT

With the development of the web, newsrooms need to be even more immersed in the digital environment and thinking in new ways of production. Data journalism is an underdeveloped area, but one that has potential to transform the productive routine of a newspaper. Studies show that the attempts to insert data journalism in journalistic production are spaced out, mainly because professionals are not aware of the area. Therefore, this paper analyzes the characteristics of journalism based on the newspaper O Município, an interior newspaper located in the city of Brusque (SC). Of exploratory-descriptive type, this monograph, first presents the bibliographic research. In sequence, performs field research in which it used as an analysis instrument an observation diary and the structured interview, which was carried out with the journalists of the vehicle. In addition, data-driven reports were selected by means of immersion, which were analyzed from an analysis sheet. The analysis of the results showed that although O Município does not fully apply all the characteristics of webjournalism and journalism in database, it is a developed newspaper in the area because the features that are within reach of the newspaper act efficiently in the productive routine.

Keywords: data journalism; newspaper O Município; webjournalismo; data-driven journalism;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Tipos de bases de dados utilizadas pelo O Município.....	59
Gráfico 2 – Conteúdos das reportagens guiadas por dados	62
Gráfico 3 –A interatividade nas reportagens guiadas por dados	62
Gráfico 4 – Elementos multimídia nas reportagens guiadas por dados.....	64
Gráfico 5 –Formas de apresentação dos dados nas reportagens guiadas por dados.....	64
Quadro 1 – Funcionalidades e categorias do Modelo JBD (In: Barbosa, 2008a, p.224)	35
Quadro 2 Universo das reportagens encontradas na imersão no site	59
Quadro 3 – Funcionalidades do Modelo JBD aplicadas pelo jornal O Município.....	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BDs	Bases de Dados ou Banco de Dados
JBD	Jornalismo em Base de Dados
JDBD	Jornalismo Digital em Base de Dados
JGD	Jornalismo Guiado por Dados
RAC	Reportagem Assistida por Computador

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	WEBJORNALISMO: CINCO GERAÇÕES E SETE CARACTERÍSTICAS QUE TRANSFORMAM A PRODUÇÃO.....	16
2.1	MULTIMIDIALIDADE	16
2.2	INTERATIVIDADE	17
2.3	PERSONALIZAÇÃO	18
2.4	HIPERTEXTUALIDADE.....	19
2.5	INSTANTANEIDADE	20
2.6	MEMÓRIA.....	20
2.7	UBIQUIDADE.....	21
2.8	AS FASES DO WEBJORNALISMO	22
2.8.1	Jornalismo Convergente	27
3	JORNALISMO DE DADOS: HISTÓRIA, DEFINIÇÕES E ATUALIDADE...29	
3.1	JORNALISMO INVESTIGATIVO.....	29
3.2	JORNALISMO DE PRECISÃO.....	30
3.3	REPORTAGEM ASSISTIDA POR COMPUTADOR (RAC).....	30
3.4	JORNALISMO GUIADO POR DADOS	31
3.5	O JORNALISMO EM BASES DE DADOS	33
3.6	AS MUDANÇAS NA ROTINA PRODUTIVA JORNALÍSTICA.....	38
4	O JORNALISMO DE DADOS NO JORNAL O MUNICÍPIO	40
4.1	A ESTRUTURA DO VEÍCULO	43
4.2	A ROTINA PRODUTIVA DO O MUNICÍPIO	43
4.3	ELEMENTOS DA ROTINA PRODUTIVA	45
4.4	A MEMÓRIA NO JORNALISMO EM BASE DE DADOS	51
4.5	O JORNALISMO DE DADOS PELA VISÃO DA EQUIPE	53
4.6	REPORTAGENS GUIADAS POR DADOS NO O MUNICÍPIO.....	56
4.7	O JORNALISMO GUIADO POR DADOS NA PRÁTICA	65
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	73
	REFERÊNCIAS.....	76
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com o editor	80
	APÊNDICE B – Roteiro de entrevista com os repórteres	83
	APÊNDICE C – Ficha de análise	85

GLOSSÁRIO	92
------------------------	-----------

1 INTRODUÇÃO

Em 1970, quando o jornalista Philip Meyer escreveu a obra “Precision journalism: A Reporters Introduction to Social Science Methods” (MEYER, 1973 apud GEHLEN, 2016, p.98) e propôs que os jornalistas utilizassem “técnicas quantitativas das ciências sociais” para errarem menos nas apurações (TRÄSEL, 2014, p.293), surgiu o jornalismo de precisão, que mais tarde se aproximaria do que hoje chamamos de jornalismo de dados.

Anos mais tarde, a inserção de novas tecnologias nas redações, surge no jornalismo a Reportagem Assistida por Computador (RAC), produzida por ferramentas disponíveis no computador e também na Web que ajudam o jornalista a realizar as atividades de apuração, como busca avançada e acesso a bancos de dados que possibilitam a pesquisa de diversos tipos de informações (TOLEDO, 2015).

Com o desenvolvimento das tecnologias e os avanços das pesquisas relacionadas à área, a RAC evoluiu e tornou-se o que atualmente conhecemos como jornalismo guiado por dados. Barbosa (2004a, 2004b) diz que para se ter um conteúdo jornalístico mais original, utilizando os recursos multimídia e contextualizando a informação, é preciso adotar o uso de bancos de dados.

Como consequência do aprimoramento do webjornalismo, o Jornalismo de Dados (JD) (BARBOSA, 2004a, 2004b; RIBAS, 2004) se desenvolve. Na web há diversos bancos de dados que possibilitam a busca de informações que estão “escondidas”. Cabe ao jornalista procurá-los, interpretá-los e associá-los ao contexto social. Parece fácil, mas exige bastante tempo de trabalho. E o tempo é um desafio, pois o público que exige o imediatismo, cobra também a apuração completa das informações. Uma notícia bem apurada não se faz de imediato, ainda mais com as redações cada vez mais reduzidas, nas quais o repórter precisa exercer várias funções.

Percebemos que o jornalismo é uma profissão que vive em constante transformação, sendo construído pela participação de indivíduos, instituições, conceitos etc., “que interagem conforme um conjunto de normas e convenções, responsáveis pela coordenação das atividades vinculadas a essa prática” (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p.41). O resultado é a modificação do profissional, do modelo de produção e até mesmo da estrutura mercadológica.

Pereira e Adghirni (2011) avaliaram esse cenário e perceberam que há uma aceleração da produção e disponibilização da notícia, têm-se mais plataformas de distribuição de conteúdos multimídia e surgiram novas formas de coletar a informação e de relacionamento com as fontes. Tais mudanças causam instabilidade na área jornalística, já que

muitos dos profissionais carecem de conhecimentos acerca desses fatores que envolvem principalmente os meios digitais.

Em meio a essas transformações, o jornalismo em base de dados estrutura a atividade jornalística (BARBOSA, 2008a). O estudo do jornalismo de dados é necessário por que no Brasil, os projetos desenvolvidos ignoram o potencial das mídias sociais e também falta a compreensão da necessidade de capacitação por parte das empresas jornalísticas e profissionais da área para disseminar o Jornalismo de Dados (LIMA, 2016).

O estudo do jornalismo de dados também se justifica pela grande quantidade de dados disponíveis:

A organização não governamental BSA divulgou em outubro de 2015 uma pesquisa sobre Big Data que mostrou que 90% dos dados existentes atualmente no mundo foram criados nos dois últimos anos e que a tendência é que, nos próximos anos, os dados dobrem em quantidade a cada biênio (LIMA, 2016, p.284).

Por isso, é necessário discutir o jornalismo de dados. Se eles existem e carregam muitas informações, cabe ao jornalista saber trabalhá-los e inseri-los nas rotinas do jornal.

Lima (2016) analisou o jornalismo de dados em grandes jornais como A Folha de São Paulo e O Estadão e identificou apenas iniciativas isoladas, de forma que o JD não é inserido na rotina produtiva. A autora concluiu que no Brasil, os projetos desenvolvidos ignoram o potencial das mídias sociais e falta a compreensão da necessidade de capacitação.

Como há pesquisas na área no âmbito nacional, esta pesquisa tem como objeto de estudo um jornal do interior de Santa Catarina, na região do Vale do Itajaí, local onde a pesquisadora está inserida. O objeto de estudo é o jornal O Município, da cidade de Brusque, que foi selecionado por produzir reportagens guiadas por dados e por estar estudando inserir o JD na estratégia do veículo. Além disso, foi neste jornal que a pesquisadora realizou o estágio obrigatório, produzindo reportagens guiadas por dados, o que também contribuiu com a presente pesquisa.

A área da Comunicação carece de informações que evidenciem as dificuldades do jornalista em trabalhar com dados. Por outro lado, há diversas pesquisas sobre as características e técnicas do jornalismo de dados, mas falta um estudo que una estes conhecimentos. Dessa forma, a pergunta que norteia este trabalho é: como o jornalismo em base de dados é praticado no jornal O Município?

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar as características do jornalismo em base de dados presentes no objeto de estudo. Para isso, vamos apresentar o histórico e as características do webjornalismo por meio de referencial teórico, contar o surgimento da

reportagem assistida por computador e a evolução para jornalismo de dados, apresentar as características e técnicas do jornalismo em bases de dados, pesquisar e analisar reportagens guiadas por dados do O Município e entrevistar os jornalistas do veículo e analisar as respostas.

Esta pesquisa é exploratória-descritiva, pois seus objetivos vão ao encontro das propostas desses métodos. A pesquisa exploratória proporciona mais informações sobre o assunto investigado com a finalidade de possibilitar definições e delineamentos ao tema pesquisado (PRODANOVA; DE FREITAS, 2013). A pesquisa descritiva “registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p.52) e também tem como propósito descobrir frequência, natureza, características, causas e relações dos fatos.

A primeira parte do trabalho foi feita por meio da pesquisa bibliográfica para apresentar o histórico do webjornalismo, o surgimento da reportagem assistida por computador, a evolução para o jornalismo de dados e as características do mesmo. A pesquisa bibliográfica é feita a partir de livros, artigos científicos, monografias, teses, dentre outros arquivos já publicados, com o objetivo de levantar as informações existentes sobre o tema pesquisado (PRODANOV; DE FREITAS, 2013).

A pesquisadora fez uma imersão no site do jornal e selecionou as reportagens que indicavam ser jornalismo guiado por dados. Esta técnica de coleta de amostragem foi feita por acessibilidade ou conveniência, ou seja, “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que esses possam, de alguma forma, representar o universo” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 98).

As reportagens de dados da amostra foram analisadas por meio de uma ficha de análise produzida com base na tese “Jornalismo Digital e Novas Tecnologias: estudo de gêneros e formatos nos principais sites jornalísticos brasileiros. A abordagem quanti-quali foi utilizada na análise, para poder traduzir as informações em números, mas também de forma significativa (PRODANOV; DE FREITAS, 2013).

A pesquisadora realizou pesquisa de campo durante o período de estágio e elaborou um diário de observação. A pesquisa de campo é feita para encontrar uma resposta ou “descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p.59). Além do diário de observação, a aplicação deste método foi feita com o uso da técnica de entrevista estruturada com os profissionais. Essa técnica foi escolhida, pois seguindo um roteiro preestabelecido, o entrevistador pode “comparar grupos de respostas” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p.106). O roteiro aplicado nesta etapa foi desenvolvido a partir do

modelo de jornalismo em base de dados proposto por Barbosa (2008a, b). As respostas coletadas nas entrevistas serão abordadas de forma qualitativa, tendo como foco o processo e o seu significado.

2 WEBJORNALISMO: CINCO GERAÇÕES E SETE CARACTERÍSTICAS QUE TRANSFORMAM A PRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa é analisar as características do jornalismo de dados no website do jornal O Município. Como entendemos que o jornalismo de dados é uma consequência do desenvolvimento do webjornalismo (BARBOSA, 2004; RIBAS, 2004), e devido ao objeto de estudo ser um website jornalístico, durante este capítulo vamos apresentar as características e gerações do webjornalismo.

O jornalismo feito na web, antes de qualquer coisa, é jornalismo, ou seja, a essência não muda, o que se modifica são os meios. Foi a partir do desenvolvimento da World Wide Web (WWW) que a Internet começou a ser mais utilizada para fins jornalísticos (PALACIOS et al, 2002).

É importante ressaltar que neste trabalho utilizaremos a nomenclatura webjornalismo, levando em consideração a explicação de Canavilhas (2001) de que o jornalismo feito para a web pode aproveitar todas as ferramentas oferecidas pela internet. Também trataremos as terminologias fase e geração como sinônimas.

São sete as características do webjornalismo: multimídia, interatividade, personalização, hipertextualidade, instantaneidade, memória e ubiquidade (BARDOEL; DEUZE, 2001; PAVLIK, 2014; PALACIOS, 2002; CANAVILHAS, 2001, 2012, 2014). A seguir vamos apresentar estes sete princípios do webjornalismo que vão garantir uma melhor compreensão da utilização do jornalismo de dados e do funcionamento dos websites analisados.

2.1 MULTIMIDIALIDADE

A multimídia é conceituada por Bardoel e Deuze (2001) como a união entre imagem, texto e som em uma mesma história. Sob a perspectiva da tecnologia, significa combinar modos de comunicação que antes existiam por si só (BARDOEL; DEUZE, 2001). Conforme explica Palacios (2002, p.2), a multimídia “torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”, ou seja, uma notícia pode conter elementos imagéticos, textuais e sonoros e meios como rádio, impresso, televisão e internet podem convergir e formar um único produto webjornalístico.

Suzana Barbosa (2013) entende que a multimídia reconfigura os meios, possibilitando uma nova estética e abrindo caminhos para uma nova economia. A visão da autora será apresentada com mais propriedade quando discutirmos o jornalismo de quinta geração.

2.2 INTERATIVIDADE

A interatividade é uma característica bastante singular da web e está inteiramente ligada ao público, pois permite que este se sinta parte da notícia (BARDOEL; DEUZE, 2001). As formas de interação citadas pelos autores são: troca direta e indireta de e-mail entre o jornalista e o usuário, fóruns, comentários ou chat.

Outra forma de interação que não é contemplada por Bardoel e Deuze é a feita na própria notícia, pois a navegação pelo hipertexto também pode ser considerada uma ação interativa (MACHADO, A., 1997 apud MIELNICZUK, 2001). “No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria” (CANAVILHAS, 2001, p.2-3). Quando um usuário interage com um hiperlink ele avança na busca por informações, ou seja, a notícia lida foi o início de uma navegação pela rede que é repleta de informações.

Desta forma, Mielniczuk (2001) aponta que há uma multi-interação marcada pela relação do usuário com a máquina, com a publicação (hipertexto) e com outras pessoas (autor e/ou leitores).

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio (ROST, 2014, p.53).

Seguindo essa definição de Rost (2014), podemos compreender um comentário com uma nova informação sobre o assunto da notícia como uma interação, pois encaixa-se como participação no conteúdo. O usuário também pode interagir compartilhando a notícia por e-mail, pelas redes sociais, etc.

No que tange ao jornalismo de dados, podemos considerar a disponibilização das bases de dados aos usuários, por meio da memória, para que estes possam observar os dados analisados pelos jornalistas a fim de apontar novas informações por meio de comentários, e-mail, etc.

Para que produtos jornalísticos que contenham dados sejam mais bem compreendidos pelos usuários, é necessária a utilização de recursos multimídias como

gráficos e infográficos interativos. A presença destes elementos no conteúdo proporciona maior imersão e interatividade com a notícia.

2.3 PERSONALIZAÇÃO

A personalização “consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário” (MIELNICZUK, 2001, p.4). Para Bardoel e Deuze (2001) essa característica significa dispor um produto jornalístico para atender um cidadão individual.

O veículo webjornalístico pode se tornar personalizável

Através de cookies ou de escolhas feitas pelo utilizador na hora da assinatura do serviço, o webjornal pode transformar-se num informativo pessoal que embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garanta uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador (CANAVILHAS, 2001, p.6).

Por meio dessa possibilidade, a experiência do usuário no site é mais eficaz, pois ele não precisa percorrer vários caminhos para encontrar o que é do seu interesse. Entretanto, a preferência de conteúdo não é a única forma de personalização.

O formato de apresentação visual, como mudar o tamanho da letra (PALACIOS et al, 2002; PALACIOS, 2002) ou então ouvir o que está escrito, também são elementos dessa característica. Tais ferramentas, além de permitir a personalização, ajudam a promover acessibilidade ao conteúdo jornalístico.

Lorenz (2014) apresenta seis graus de personalização: 1) resposta 2) alteração com base no tempo 3) interação significativa 4) ajuda na decisão, 5) calibração e algoritmos 6) adaptável para mudar.

O primeiro grau, denominado resposta, está relacionado à capacidade de os conteúdos se adaptarem automaticamente aos diversos ecrãs, seja de PC, smartphone ou tablet. A alteração com base no tempo é a personalização conforme o horário do dia, como, por exemplo, informações em primeira mão pela manhã, as atualizações durante a tarde e algum conteúdo de entretenimento durante a noite. No terceiro grau, a ideia da interação significativa “é apresentar o conteúdo de novas formas, onde o utilizador pode deixar comentários. Pode ainda aprender algo novo numa abordagem passo a passo, ou escrever ele mesmo o conteúdo” (LORENZ, 2014, p.144). A ajuda na decisão corresponde à oferta de ferramentas com informações jornalísticas que auxiliam o leitor a decidir ações de sua vida como quanto investir, qual profissão seguir, qual imóvel comprar etc.

O quinto grau, calibração e algoritmos, está ligado a alteração das informações a cada momento. A calibração significa “pegar em dados frescos quando estiverem disponíveis” (LORENZ, 2014, p. 148), para atualizar a informação, mas também utilizar algoritmos de correção, para evitar cair em armadilhas de interpretações equivocadas. O último grau, adaptável para mudar, está ligado a possibilidade de relacionar as camadas de personalização, a fim de “reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores que deveriam influenciar os fatores de mudança” (LORENZ, 2014, p. 151).

Uma forma de personalizar o conteúdo que se aproxima dos seis graus de personalização é a geolocalização. A partir da localização do usuário ou de uma seleção de locais, é possível acessar produtos e informações relacionados à área selecionada ou à que se está atuando, portanto, a geolocalização possui relação direta com a ubiquidade.

2.4 HIPERTEXTUALIDADE

Hipertextualidade é oferecer informações além da notícia, ou seja, por meio de hiperlinks o leitor pode acessar conteúdos que complementam a informação atual como, por exemplo, documentos, releases, notícias relacionadas, vídeos, etc. (BARDOEL; DEUZE, 2001). Assim, tem-se uma rede de informações que oferece uma maior compreensão do conteúdo noticiado.

A informação na web é como uma teia e, pode-se dizer que está em permanente construção, principalmente por meio da interatividade. É por isso que “No webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (CANAVILHAS, 2001, p.3). Ou seja, por meio de hiperligações (ou hiperlinks) o usuário é direcionado para outras páginas com mais informações.

Salaverría (2005 apud CANAVILHAS, 2014) classifica os hiperlinks como: a) documentais (conecta a blocos com informações de contexto arquivadas) b) ampliação informativa (conecta a blocos com informações de contexto mais recentes) c) atualização (conecta a blocos com informações atuais) d) definição (conecta a blocos com informações aprofundadas). Como forma de aplicação, Canavilhas (2014, p.7-8) apresenta dois tipos de hiperligações: embutida e menu. A primeira, também chamada de interna, “é grafada em palavras ou outros elementos icônicos existentes dentro do bloco informativo”. A hiperligação em menu é externa, ou seja, quando é colocada ao redor, “sendo normalmente em títulos de outros blocos relacionados com o teor da notícia”.

Conforme apontamos anteriormente, o hipertexto também é uma forma de interação e de memória, pois o usuário pode interagir com o texto a partir da decisão de abrir ou não os hiperlinks disponibilizados na notícia e pode acessar conteúdos antigos ou não que oferecem contexto a notícia inicialmente acessada.

2.5 INSTANTANEIDADE

A instantaneidade ou atualização contínua implica, como o próprio nome já indica, rápido fornecimento de informações. Palácios (2002, p.3) explica

A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web.

Canavilhas (2001) enfatiza que o jornal na web não deve ter periodicidade, precisa ser atualizado constantemente, pois está em uma esfera global, na qual pessoas de diferentes fusos horários acessam o site ao mesmo tempo.

Um exemplo de atualização contínua é quando acontece determinado fato e o jornal publica quase que instantaneamente à ocorrência e, conforme o desenrolar da história, o repórter tem a possibilidade de atualizar a notícia com as novas informações.

2.6 MEMÓRIA

A Web, com seu espaço praticamente ilimitado possibilita a disponibilização de todo tipo de informação, seja ela antiga ou atual. No webjornalismo, tanto o produtor quanto o leitor tem acesso à memória. A recuperação acontece por meio de motores de busca que cruzam palavras-chaves (PALACIOS, 2002).

A memória também é um elemento que auxilia na construção da narrativa. Palácios com base em Zelizer explica que a memória

entra em ação de maneira recorrente, de modo quase natural, na produção do relato da atualidade, seja como ponto de comparação do evento presente com eventos passados (recentes ou remotos), como oportunidades de analogias, como convites à nostalgia, ou mesmo através da apresentação do presente como elemento para desconstruir e tornar a construir, sob a luz de novos fatos, os acontecimentos do passado (Zelizer, 2008, p. 82). (ZELIZER apud PALACIOS, 2014, p.92-93)

Essa característica também está relacionada às bases de dados. Palácios (2014, p.95) explica que

Usando bases de dados localizadas em máquinas com crescente capacidade de processamento e armazenamento, com possibilidade de acesso assíncrono da parte do consumidor, o jornalismo online encoraja o usuário (Interatividade) a juntar-se aos produtores e acrescentar informação a essas bases de dados (Participação e Atualização Contínua). Bases de dados jornalísticas e não jornalísticas podem ser conjugadas, interligadas e estabelecer comunicação entre elas (Hiperligação, Hipertextualidade, Multimídia). Para propósitos práticos, as redes digitais disponibilizam espaço virtualmente ilimitado para ao armazenamento de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição dos públicos alvos visados.

Portanto, a memória permite que não só os jornalistas sejam construtores da notícia, mas que os usuários acessem as bases de dados e os conteúdos arquivados para auxiliar na descoberta de novas informações.

2.7 UBIQUIDADE

A sétima característica do webjornalismo, a ubiquidade, “significa ser encontrado em todo lugar”, e adequada à mídia, essa característica pressupõe “que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (PAVLIK, 2014, p.160). Em outras palavras, ubiquidade é estar *online*, interagindo nos meios, seja como consumidor ou produtor de conteúdo. No jornalismo, é a onipresença: o que acontece no outro lado do mundo agora, pode ser informado aqui no Brasil em questão de segundos e vice-versa.

Tudo pode ser noticiado conforme o tique-taque do relógio, entretanto a onipresença do jornalismo acontece por meio de uma figura emergente: o jornalista cidadão. Pavlik (2014) explica que a ubiquidade implica primeiramente na emergência do jornalismo cidadão, no qual o leitor participa do processo de coleta e distribuição de notícias.

A narrativa geolocalizada, assim como gera personalização, é consequência da ubiquidade. “Geolocalização se refere à habilidade de etiquetar vídeos e outros conteúdos midiáticos com informação sobre a localização, que usualmente é obtida por dados de GPS” (PAVLIK, 2014, p.173). Também permite visualizar o conteúdo de forma mais imersiva, utilizando, por exemplo, a realidade aumentada para reprisar eventos no exato local onde ocorreram.

Como mencionamos anteriormente, a narrativa geolocalizada está expressamente ligada ao jornalismo de dados, considerando a utilização dos dados de localização na construção da notícia.

O jornalismo de dados também é considerado por Pavlik (2014, p.176) como consequência da ubiquidade. Segundo o autor, existem vários tipos de sensores conectados à internet que recolhem dados sobre pessoas e coisas. “Muito deste Big Data está disponível livremente para a mídia e os jornalistas” (PAVLIK, 2014, p.176). Assim, com a ajuda de softwares os jornalistas podem analisar esse conjunto de dados e encontrar informações relevantes.

2.8 AS FASES DO WEBJORNALISMO

Neste tópico vamos abordar as gerações do webjornalismo para compreender como as características anteriormente apresentadas foram inseridas na produção jornalísticas e como isso influenciou no desenvolvimento do jornalismo de dados. Como o objetivo desta pesquisa está mais alinhado à terceira, quarta e quinta geração do webjornalismo (BARBOSA, 2004a, 2004b, 2007a, 2007b, 2008a, 2008b, 2013; BARBOSA; RIBAS, 2007; MIELNICZUK, 2001, 2004; SANTI, 2009; SCHWINGEL, 2005) vamos apresentar de maneira sucinta as fases um e dois e explorar com mais afinco as seguintes.

A primeira fase do webjornalismo é a transpositiva, quando o produto dos jornais passa a ser oferecido na Internet, por exemplo, a disponibilização de um jornal impresso na rede. A fase seguinte é chamada de metáfora, quando as produções começam a apresentar algumas tentativas de inserir as características da web. Nesta etapa, surgem links de chamada para notícias e o e-mail vira canal de comunicação entre o jornal e o público (MIELNICZUK, 2001).

Na terceira geração, os jornais começam a utilizar mais as diversas ferramentas oferecidas no ambiente digital (MIELNICZUK, 2001); “os jornais têm um layout pensado e criado para o meio online” e é obrigatória a presença de hipertextos e caixa de comentários (CANAVILHAS, 2012, p.1). Nesta fase,

as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem. No caso dos jornais, as versões online acrescentam a actualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias (CANAVILHAS, 2012, p.2).

O que Canavilhas explica é que nessa fase o webjornalismo começa a se desenvolver com mais propriedade porque é a partir desse momento que os produtos jornalísticos publicados na web começam a ser pensados a partir das características do meio.

Também é na terceira geração que começam a surgir tentativas de utilizar bancos de dados no jornalismo da web. Ribas (2004) diz que o uso dos BDs aparece na produção e organização da notícia, na organização de arquivos e na recuperação de dados.

À mesma época, Barbosa (2004b) entende que o uso de bancos de dados é inovador, pois permite explorar novos gêneros, diversidade de conteúdo, formas diferentes de apresentação e produção descentralizada. A autora cita Lev Manovich para conceituar o banco de dados, e explica que o BD é “um complexo de armazenagem de formas culturais” (2004b, p.461), que pode ser utilizado para criar novas narrativas, pois é a “principal forma de expressão cultural da era dos computadores” (BARBOSA, 2004b, p.461).

Para compreender a definição de banco de dados de Manovich, Barbosa apresenta o conceito de nova mídia definido também por ele:

A nova mídia – segundo definida por Manovich - surge a partir da síntese entre a computação e a tecnologia da mídia e tem o computador como principal instrumento afetando todos os estágios da comunicação: aquisição, manipulação, armazenamento, distribuição e convergência e cujo resultado é a mudança de toda a cultura para formas de produção mediadas pelo computador (BARBOSA, 2004b, p. 461-662).

A partir dessa descrição, entendemos que a utilização dos bancos de dados no jornalismo, se dá pela transformação dos meios devido ao uso do computador. Esta ideia confronta com o pensamento de Mancini e Vasconcellos (2016). Os autores acreditam que é equivocado dizer que o jornalismo de dados surgiu com o advento da nova mídia, pois o uso de dados quantitativos no jornalismo é adotado desde antes dessa era. “Em suma, a nosso ver, a tecnologia, a Lei de Acesso à Informação ou a atitude investigativa são meios que facilitam e promovem a prática do JD, e não aquilo que o define” (MANCINI; VASCONCELLOS, 2016, p. 72).

Segundo Manovich, as bases de dados florescem com a Internet porque a própria World Wide Web (WWW), com a linguagem HTML, transforma os sites em bancos de dados. A estrutura com elementos separados de texto, imagens, vídeos, entre outros, permite a inserção de novos textos, de novas imagens, novos vídeos e isso acarreta no crescimento dos sites e, estando no ambiente digital, esses elementos, que são dados, “podem ser organizados e indexados a partir de inúmeras possibilidades combinatórias” (BARBOSA, 2004b, p.462).

Ou seja, a autora coloca que os bancos de dados gerados pela Internet condicionam o aparecimento de novas formas culturais.

Tal pensamento, alinhado ao jornalismo, é tido como um agente capaz de causar rupturas na produção jornalística, como uma “luz no sentido de se superar a metáfora do jornal impresso” (BARBOSA, 2004b, p.463), que é a mais utilizada pelos sites noticiosos no suporte digital até esta terceira geração.

A partir do momento em que as características do webjornalismo são aproveitadas ao máximo pelos meios de comunicação, outros elementos emergem e começam a ser explorados na área do jornalismo.

Canavilhas (2012) apresenta que nesta quarta geração, a qual ele entende como modelo multimídia, a partir do pensamento de Cabrera Gonzalez (2000),

as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher seu próprio percurso de leitura (CANAVILHAS, 2012, p.2).

Por trás desses produtos midiáticos há todo um processo que é detalhado por Barbosa (2008b, p.9). A autora entende que a quarta geração do webjornalismo é caracterizada por:

- a) “equipes mais especializadas”
- b) “desenvolvimento de sistemas de gestão de conteúdos (SGC) mais complexos e baseados preponderantemente em softwares e linguagens de programação com padrão open source, formato XML (eXtensible Markup Language), algoritmos”
- c) “acesso expandido por meio de conexões banda larga”
- d) “proliferação de plataformas móveis”
- e) “consolidação do uso de blogs”
- f) “ampla adoção de recursos da Web 2.0”
- g) “incorporação de sistemas que habilitam a participação efetiva do usuário na produção de peças informativas”
- h) “produtos diferenciados criados e mantidos de modo automatizado”
- i) “sites dinâmicos”
- j) “narrativas multimídia”
- k) “utilização de recursos como RSS (Really Simple Syndication) para recolher, difundir e compartilhar conteúdos”

- l) “aplicação da técnica do tagging na documentação e na publicação das informações”
- m) “uso crescente de aplicações mash-ups”
- n) “do conceito de geolocalização de notícias ou geocoding news”
- o) “uso do podcasting para distribuição de conteúdo em áudio”
- p) “ampla adoção do vídeo em streaming”
- q) “novos elementos conceituais para a organização da informação”
- r) “maior integração do material de arquivo na oferta informativa”
- s) “produtos experimentais que incorporam o conceito de web semântica”
- t) “emprego de metadados e data mining para categorização e extração de conhecimento”
- u) “aplicação de novas técnicas e métodos para gerar visualizações diferenciadas para os conteúdos jornalísticos que auxiliam a sobrepujar a metáfora do impresso (broadsheet metaphor) como padrão”

A autora faz questão de ressaltar que a adoção destes aspectos não acontece de forma uniforme e nem todos são encontrados em um único meio, mas a presença de alguns deles indica que há a possibilidade de evolução dos produtos.

É no processo de transição entre o jornalismo de terceira e quarta geração que se configura o Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (2008a, 2008b), conceito que norteia esta pesquisa que vamos explicar mais à frente.

Barbosa (2008b) diz que a quarta geração do webjornalismo tem as bases de dados “como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística” (BARBOSA, 2008b, p.9). A partir daí que o jornalismo em base de dados começa a se caracterizar.

Santi (2009, p.187) detalha como as bases de dados podem ser utilizadas no webjornalismo de quarta geração:

o webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos.

Desta forma, é no webjornalismo 4G que a utilização das bases de dados na apuração, edição e veiculação de informações torna-se mais presente. Santi (2009, p.187)

explica que é nessa etapa que “surge a possibilidade e a necessidade de correlacionar “metadados”, ou seja, em identificar e colocar em análise informações dentro das informações”.

No webjornalismo de quarta geração, o ideal é “a utilização de um mesmo banco de dados para todas as etapas produtivas, já que, em última instância, desde a apuração até a publicação todas as informações estão em rede” (SANTI, 2009, p.188). Sendo assim, o veículo jornalístico deve fazer uso de um único banco de dados para que haja uma otimização na produção.

Entretanto, é fundamental utilizar diferentes bases de dados externas para cada editoria, já que cada uma demanda “uma base específica” (SANTI, 2009, p.188) na realização das etapas de produção. Exemplificando: o jornalista vai inserir todas as informações em uma única base de dados, a do veículo, mas vai buscar estas informações em diferentes BDs, de acordo com a editoria para qual ele está desenvolvendo o produto. O acesso a diferentes BDs externas dá aos profissionais a oportunidade de ir além dos especialistas e fontes oficiais, pois podem buscar a informação em sua origem.

Schwingel (2005, p.11), no artigo “Jornalismo Digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no jornalismo digital”, já considerava que nesta quarta fase do webjornalismo o uso de BDs se consolidaria por meio de “ferramentas automatizadas e diferenciadas”, como sistemas para todas as etapas da produção jornalística, desde a apuração, edição até a veiculação.

O grande diferencial, sob o nosso ponto de vista, é que tais sistemas necessitam ser desenvolvidos ou por arquitetos de informação com formação em jornalismo ou por jornalistas em conjunto com profissionais de informática, e em especial na área de análise de sistemas e gerenciamento de conteúdo (SCHWINGEL, 2005, p.11).

Naquela época a autora, citando Rosenfeld e Morville (1998) já considerava o arquiteto da informação como peça chave para o desenvolvimento do pleno uso das bases de dados no jornalismo.

Em 2009, ao discutir sobre o processo de apuração no webjornalismo de quarta geração, Vilson Junior Santi destaca a figura do arquiteto da informação. A este profissional é atribuída a função de vincular as etapas de produção do produto jornalístico. É ele quem vai relacionar “desde o armazenamento das informações nas máquinas servidoras até as ferramentas de publicação, edição e divulgação das páginas” (SANTI, 2009, p.188). Ou seja, o arquiteto da informação precisa ter uma visão de todo o processo, conhecer e entender todo

o ambiente da Internet e as características do ambiente digital. O jornalista pode ser um arquiteto da informação desde que apresente os requisitos para exercer a função.

2.8.1 Jornalismo Convergente

A convergência é um assunto bastante debatido principalmente pela influência que a Internet tem sobre as pessoas e os meios. Jenkins (2009) apresenta a convergência como sendo diversos caminhos por onde passam os conteúdos produzidos nos mais variados suportes midiáticos, que convergem a uma direção. Além disso, o autor trata em seu livro sobre a convergência como transformação cultural, ou seja, ela interfere nos meios mercadológicos, tecnológicos, sociais e culturais.

Entretanto, neste trabalho vamos abordar a convergência com base em Barbosa (2013), que traz à discussão o conceito de quinta geração do jornalismo, que caracteriza-se pela medialidade, horizontalidade, *continuum* multimídia, mídias móveis, aplicativos e produtos autóctones.

O cenário atual é de atuação conjunta, integrada entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição de conteúdos, o que resulta num *continuum* multimídia de cariz dinâmico (BARBOSA, 2013, p.33).

A autora coloca que na contemporaneidade o jornalismo é produzido e distribuído por profissionais que utilizam “tecnologias digitais e em rede” (BARBOSA, 2013, p.34) e empregam softwares, bases de dados, técnicas de visualização, etc. Essa rotina de produção exclui o pensamento de que as mídias competem entre si e agora o jornalismo na web caminha para uma quinta geração.

Para entendermos mais à frente o que quer dizer o *continuum* multimídia, vamos apresentar a definição de convergência segundo os pesquisadores espanhóis Salaverria, García Avilés e Masip (2010) citados por Barbosa (2013).

Para eles a convergência jornalística consiste num processo que influencia os meios de comunicação em seu âmbito empresarial, profissional e editorial, garantindo a possibilidade de integrar as diversas ferramentas, linguagem e métodos de trabalho que antes eram utilizadas separadamente.

Como na contemporaneidade os meios estão todos “conformados por tecnologias digitais, bem como seus processos, suas práticas, seus formatos, seus produtos” (BARBOSA, 2013, p.36) e atuam de forma horizontal, integrando os fluxos, a autora considera esse

significado de convergência o mais apropriado para relacionar com o conceito de *continuum* multimídia.

O termo

abrange aspectos relacionados aos desenvolvimentos tecnológicos, à absorção de novos procedimentos para realizar os processos e rotinas de produção do jornalismo, como também os avanços já empreendidos nos estudos para o melhor entendimento do fenômeno da convergência jornalística, suas particularidades, consequências e também divergências (BARBOSA, 2013, p.38).

As mídias móveis tais quais as conhecemos, “reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p.42). Desta forma, smartphones e tablets atuam como agentes transformadores da rotina produtiva jornalística.

Com isso, voltamos a falar do Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados, que se expande de forma multiplataforma e exerce um papel singular no “processo de convergência” (BARBOSA, 2013, p.40). Desta forma, sob os parâmetros do *continuum multimídia*, a autora reformula o JDBD para Paradigma Jornalismo em Base de Dados, pois “seguindo a categoria da medialidade”, o digital não precisa mais ser realçado (BARBOSA, 2013, p.41). A autora considera que o JBD é balizador do desenvolvimento da quinta geração do jornalismo nas redes digitais, pois ele é constituído de medialidade, horizontalidade e integra processos e produtos.

A seguir, no capítulo 3, vamos perpassar por um breve histórico do uso de dados no jornalismo e apresentar as funcionalidades e categorias do modelo JBD.

3 JORNALISMO DE DADOS: HISTÓRIA, DEFINIÇÕES E ATUALIDADE

Nos subtópicos a seguir vamos explorar as vertentes do jornalismo das quais surgiu o jornalismo guiado por dados. São elas: jornalismo investigativo, jornalismo de precisão, reportagem assistida por computador e por fim o jornalismo guiado por dados que está inserido no universo do jornalismo de dados.

Depois, vamos apresentar o modelo Jornalismo em Base de Dados proposto por Susana Barbosa (2007a, 2007b, 2008a, 2008b, 2013). Em seguida perpassar pelos desafios da utilização do jornalismo de dados no Brasil e a dificuldade em inseri-lo na rotina produtiva jornalística.

3.1 JORNALISMO INVESTIGATIVO

O jornalismo investigativo floresceu entre 1955 e 1974 nos Estados Unidos e no Brasil na década de 1990, na era Collor, após escândalos políticos que desencadearam investigações jornalísticas (GEHLEN, 2016, p.85-86). Gehlen aponta que essa prática jornalística é considerada por alguns autores como uma modalidade especializada do jornalismo devido às rotinas produtivas das redações valorizarem a rapidez na entrega da informação.

O autor caracteriza o jornalismo investigativo por aspectos como:

a investigação rigorosa e minuciosa dos fatos até desvendar todos os meandros, ângulos, personagens e pontos de vista do mesmo, independentemente do tempo que for necessário; a disponibilidade de recursos como tempo e dinheiro, além de talento, aptidão e/ou competência, para a produção das reportagens; e a precisão, o que implica na exatidão das informações utilizadas, com ausência de distorções ou de fatos descontextualizados (GEHLEN, 2016, p.87-88).

Em sua discussão, Gehlen cita Hunter (2013), o qual entende que a cobertura investigativa “depende de materiais reunidos ou até mesmo gerados a partir da própria iniciativa do repórter” (GEHLEN, 2016, p.88). Ou seja, o repórter precisa aprofundar a sua apuração para de fato construir uma investigação, desvendando aquilo que está escondido nas entrelinhas. Apesar de o jornalismo investigativo contribuir para o jornalismo de dados, consideramos que a investigação é um elemento característico da produção jornalística.

3.2 JORNALISMO DE PRECISÃO

É a partir do jornalismo de precisão que o jornalismo de dados começa a se desenvolver (RODRIGUES, 2015). No fim dos anos 1960, alguns profissionais questionaram a falta de utilização de métricas quantitativas no jornalismo, principalmente com a utilização de base de dados. O debate iniciou porque os jornalistas queriam menos informações baseadas em crenças pessoais.

Surgiu então, no início dos anos 1970 (MACHADO, 2003), o jornalismo de precisão, tendo como precursor Philip Meyer, que escreveu a obra “Precision journalism: A Reporters Introduction to Social Science Methods”. Gehlen explica que

De acordo com Meyer (1993), o Jornalismo de Precisão é uma especialidade, posicionada entre o jornalismo investigativo e o jornalismo científico, que permite aos meios de comunicação prestar maior e melhor atenção a problemas sociais relevantes, utilizando métodos adequados para quantificar e revelar à opinião pública a magnitude desses problemas. Contribui ainda para que jornalistas possam prestar a necessária atenção às quantificações estatísticas da realidade social e política, com ciência que os trabalhos de estatísticos e sociólogos podem ser notícias de primeira relevância (2016, p.99).

Träsel (2014, p.293) conta que Meyer propôs em seu livro que os jornalistas utilizassem “técnicas quantitativas das ciências sociais” para errarem menos nas apurações e, com isso, a objetividade retornaria às redações.

Entretanto não foi o que aconteceu. O jornalismo de precisão não foi adotado por todos os membros da redação, ficando sob responsabilidade por equipes exclusivas para esse tipo de reportagem (MACHADO, 2003). O autor critica que a tecnologia é tratada “como apêndice do processo”, servindo apenas como ferramenta de aperfeiçoamento ao invés de ser contribuinte na mudança da natureza do jornalismo e é nesse sentido que o Jornalismo de Dados busca se diferenciar como veremos mais à frente.

3.3 REPORTAGEM ASSISTIDA POR COMPUTADOR (RAC)

A nova mídia, que citamos no capítulo um, é explicada por Barbosa (2004b), com base em Manovich. A autora esclarece que a nova mídia afeta “todos os estágios da comunicação: aquisição, manipulação, armazenamento, distribuição e convergência” (BARBOSA, 2004b, p. 461-462). Assim, transformam-se as formas de produção, sendo a partir de então também mediadas pelo computador.

Barbosa prossegue explicando migração do jornalismo para o computador. Para ela, “a coleção de dados e o espaço navegável incorporaram técnicas particulares para a estruturação e acesso dos dados ou informações” (BARBOSA, 2004b, p.462). Assim, o que antes era o Jornalismo de Precisão se adapta para a chamada Reportagem Assistida por Computador (RAC), que é produzida por ferramentas disponíveis tanto no computador quanto na web que ajudam a jornalista a realizar as atividades jornalísticas.

A internet oferece recursos muito interessantes, como a busca avançada, que permite ao jornalista filtrar resultados e assim chegar mais rápido ao que está procurando. Além disso, há portais da transparência e outros bancos de dados que possibilitam a pesquisa de diversos tipos de informações (TOLEDO, 2015).

A RAC é discutida por Machado a partir de Nora Paul, a qual elenca quatro modalidades.

[...] 1) reportagem, pesquisa, referência e encontro. Na reportagem o jornalista conta com os recursos de programas especializados para cálculos complexos, programas estatísticos para análises de dados extensos e programas para construção de arquivos próprios, capazes de contextualizar os fatos e identificar tendências futuras. Enquanto a reportagem assistida por computador trabalha com fontes primárias como entrevistas ou observações, a pesquisa utiliza fontes secundárias como relatórios, artigos ou disponíveis nos bancos eletrônicos de dados. A referência permite a consulta a fontes como dicionários, enciclopédias, almanaques e glossários, disponíveis em meios como CD-ROMs ou nas próprias redes. Os encontros são possíveis nas listas ou nos grupos de discussão, lugares em que os jornalistas têm a chance de participar das discussões, acompanhar as opiniões de especialistas em esferas específicas e descobrir futuras fontes para reportagens (MACHADO, 2003, p.3-4).

Na década de 2000, devido à ascensão de ferramentas gratuitas para análise de base de dados e da adoção de políticas de acesso à informação, a prática da RAC recebeu um impulso nas redações (ANGÉLICO, 2012 apud TRÄSEL, 2014). Träsel (2014) diz que com esse impulsionamento, os termos Jornalismo de Dados ou Jornalismo Guiado por Dados começaram a ser mais utilizados para definir esse tipo de produção.

3.4 JORNALISMO GUIADO POR DADOS

A RAC evoluiu e tornou-se popularmente conhecida como Jornalismo de Dados ou Jornalismo Guiado por Dados (JGD). A evolução é percebida pelo crescente uso das bases de dados na produção jornalística, tanto na produção da notícia quanto para outras atividades da

rotina, como o armazenamento, a distribuição e a mensuração de conteúdos. Neste trabalho vamos adotar o uso de JGD, pois compartilhamos do pensamento de Barbosa (2007a, 2007b, 2008a, 2008b) que compreende o Jornalismo de Dados como algo além da utilização de dados em reportagens. Barbosa (2004b) diz que para ter um conteúdo mais original, utilizando dos recursos multimídia e contextualizando a informação, é preciso adotar o uso de bancos de dados.

O Jornalismo Guiado por Dados consiste em encontrar, interrogar, visualizar e cruzar os dados (LIMA, 2016). Träsel (2014, p.292) possui o mesmo pensamento e explica que o JGD permite uma “maior eficiência na recuperação de informações, na apuração de reportagens a partir de conjuntos de dados, na circulação em diferentes plataformas, na geração de visualizações e infografias”. Além disso, permite cruzar diferentes bases de dados a fim de obter novos conhecimentos.

Para Barbosa (2013), o JGD realça a grande quantidade de informações públicas (como de governos e entidades) disponíveis para serem exploradas, publicadas e apresentadas a partir do uso de ferramentas específicas.

Devido às diversas ferramentas disponíveis para a produção do JGD, Träsel (2014, p. 294) considera que este

se constitui como uma nova formação na cultura da profissão jornalística, engendrada ao longo das últimas décadas pela informatização progressiva das rotinas produtivas nas redações, pela disponibilidade de ferramentas analíticas acessíveis ao público leigo, pela adesão de instituições e governos a políticas de acesso à informação e pela imersão dos jornalistas contemporâneos na cibercultura.

O autor destaca que os bancos de dados e os aplicativos utilizados para o tratamento das informações não substituem habilidades tradicionais - e essenciais - de se fazer jornalismo, apenas potencializam o faro jornalístico do repórter. Além do mais, em sua pesquisa, Träsel identificou que os BDs são o ponto de partida na construção de uma produção jornalística. As etapas seguintes (apuração, edição e publicação) muitas vezes são feitas do modo tradicional. Ribas (2004, p.8) explica que

De acordo com Gonçalves (2004), para que as organizações jornalísticas aproveitem melhor as potencialidades dos bancos de dados como suporte para criar modelos de narrativa multilinear e multimídia, devemos considerar três aspectos: 1) uma história multimídia é construída de diversas maneiras e considera diferentes pontos de vista; 2) o desenvolvimento de programas de autoria compatíveis com as necessidades das organizações jornalísticas; 3) a capacitação de profissionais para contar de forma apropriada às reportagens publicadas.

Mancini e Vasconcellos (2016) e Barbosa (VER ANOS) entendem que há diferenças entre uma reportagem com dados e uma reportagem de dados. Na reportagem com dados, estes servem apenas de ilustração. E quando os dados são o norte da pauta, ou seja, conduzem a história, tem-se a reportagem de dados, a qual aqui adotamos como sinônimo de jornalismo guiado por dados.

3.5 O JORNALISMO EM BASES DE DADOS

Até o momento compreendemos que as bases de dados têm sido cada vez mais exploradas na produção jornalística. Conforme vimos anteriormente, as bases de dados armazenam formas culturais (BARBOSA, 2004b). Machado (2005, p.301-302) explica que

Até meados dos anos 90 do século passado uma Base de Dados era um conjunto de dados alfanuméricos (cadeias de caracteres e valores numéricos). Hoje, uma Base de Dados costuma armazenar textos, imagens, gráficos e objetos multimídia (som e vídeo), aumentando muito as proporções das necessidades de armazenamento e a complexidade dos processos de recuperação e processamento dos dados. A principal diferença existente entre as Bases de Dados modernas e classificação mais antiga de coleção de arquivos suportados pelo sistema operacional reside na possibilidade de relacionamento dos dados entre si.

Portanto, o autor complementa que seguindo essa lógica, de acordo com Manovich, as bases de dados tornam-se estruturantes do processo. Para Barbosa e Ribas (2007), as bases de dados são primordiais na construção de cibermeios, junto com a arquitetura da informação e dos sistemas de gestão de conteúdos.

Barbosa (2004b) apresenta que o banco de dados pode ser uma forma cultural, representando “o mundo como uma lista de itens, enquanto a narrativa cria uma trajetória de causa e efeito a partir de eventos aparentemente desordenados” (BARBOSA, 2004b, p.463). O jornalismo então tem a função de ordenar, combinar e dar sentido aos dados que sozinhos são apenas números. Assim, para Lima (2016, p.283), o “Jornalismo de Dados envolve processos, produtos, habilidades e a convergência de diversos campos do conhecimento de modo a trazer para a sociedade narrativas jornalísticas de interesse público”.

Seguindo o pensamento destes autores, compreendemos que as bases de dados reconfiguram a produção jornalística. Barbosa (2007a, 2007b, 2008a, 2008b, 2013) elabora o Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), que é

é o modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que vão permitir a criação, a manutenção, a disponibilização e a circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos (BARBOSA, 2008a, p.222)

A autora define 18 funcionalidades que são englobadas em sete categorias. As funções do JDBD “estão relacionadas aos níveis de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, apresentação, consumo e pós-produção” (BARBOSA, 2008a, p.225). Estas funcionalidades ajudam a perceber as potencialidades das bases de dados no jornalismo. A seguir apresentamos um quadro elaborado por Barbosa (2008a), que mostra as funcionalidades e categorias do modelo JBD.

JORNALISMO DIGITAL EM BASE DE DADOS (JDBD)	
Conceito Operacional	Modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização e a circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos.
FUNCIONALIDADES	CATEGORIAS
Indexar e classificar as peças informativas e os objetos multimídia;	Dinamicidade Automação Inter-relacionamento/Hiperlinkagem Flexibilidade Densidade informativa Diversidade temática Visualização
Integrar os processos de apuração, composição e edição dos conteúdos;	
Conformar padrões novos para a construção das peças informativas;	
Agilizar a produção de conteúdos, em particular os de tipo multimídia;	
Propiciar categorias diferenciadas para a classificação externa dos conteúdos;	
Estocar o material produzido e preservar os arquivos (memória), assegurando o processo de recuperação das informações;	
Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo;	
Garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos;	
Gerar resumos de notícias estruturados e/ou matérias de modo automatizado;	
Armazenar anotações semânticas sobre os conteúdos inseridos;	
Habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, seja por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o <i>data mining</i> ;	
Ordenar e qualificar os colaboradores e "repórteres cidadãos";	
Orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos;	
Regular o sistema de categorização de fontes jornalísticas;	
Sistematizar a identificação dos profissionais da redação;	
Cartografar o perfil dos usuários;	
Transmitir e gerar informação para dispositivos móveis, como celulares, computadores de mão, iPods, entre outros;	
Implementar publicidade dirigida.	

Quadro: Modelo JDBD: Conceito, Funcionalidades e Categorias (In: Barbosa, 2007, p: 220)

Quadro 1 – Funcionalidades e categorias do Modelo JBD (In: Barbosa, 2008a, p.224)

Barbosa (2008a, p.232) considera que as categorias são primordiais para a atribuição e reconhecimento de rupturas, remediações ou continuidades. A seguir vamos apresentar as sete categorias.

A dinamicidade é a primeira categoria apresentada por Barbosa (2008a). A partir dela é possível criar sites dinâmicos ao invés dos estáticos, como eram feitos até então. A base de dados permite a criação de conteúdos mais característicos do meio digital. Dessa forma, um site dinâmico precisa ter

conteúdo em renovação constante, isso é, oferta de mecanismos de busca refinados inter-relacionamentos entre as informações, disponibilização de estatísticas ajustadas a cada instante à medida em que se ampliam os conteúdos da base de dados, as já estabelecidas *breaking news* (notícias atualizadas continuamente), entre outros aspectos [...] (BARBOSA, 2008a, p.233).

Dito isso, a autora coloca que a dinamicidade é “mestre a guiar um novo padrão” (BARBOSA, 2008a, p.233), ou seja, é a partir da aplicação dela que as empresas jornalísticas podem começar a transformar a sua produção e disponibilização de conteúdos.

A segunda categoria é a automatização e está diretamente ligada à primeira, pois compreende a “incorporação das BDs aos processos de armazenamento, estruturação, organização e apresentação das informações” (BARBOSA, 2008a, p.233). A autora apresenta três tipos de automatização: parcial, procedimental e total. Na primeira a BD é utilizada apenas em algumas etapas, a autora cita como exemplo a apresentação dos conteúdos; na automatização procedimental, chamada também de nível intermediário, mais etapas da produção jornalística são feitas de modo automatizado; no total, todos os produtos jornalísticos são automatizados.

Carreira (2017) aponta que a automatização relacionada ao jornalismo de dados é diferente da automatização das funções jornalísticas.

Com a automação, o software passou a fazer funções até então feitas apenas por um ser humano, como a redação de notícias. Ela está sendo usada para enfrentar as consequências da expansão das tecnologias digitais interconectadas, como a crise do modelo de negócios do jornalismo, que causou o fechamento de publicações tradicionais e que continua longe de uma solução. E também como forma de atender as crescentes exigências de customização, velocidade na transmissão de notícias, de atualização constante e ampliação da cobertura. Os algoritmos que geram textos automatizados resultam de diversos avanços tecnológicos, como a Inteligência Artificial e a Geração de linguagem natural (CARREIRA, 2017, p.97).

A automatização enquanto categoria do modelo JBD significa adotar técnicas de metadados, metainformações, entre outras, e utilizar modos diferentes de apresentação, a automatização das funções jornalísticas implica na utilização de Inteligência Artificial para substituir a figura do jornalista, por exemplo.

A terceira categoria elencada por Barbosa (2008a) é a flexibilidade, que significa as diversas possibilidades do emprego de BDs no jornalismo, que podem ser utilizadas na estruturação, organização, criação, disponibilização, entre outras etapas, do produto jornalístico.

A flexibilidade também está relacionada a sistemas de apuração menos hierarquizados, à facilidade de recuperação dos conteúdos para a contextualização, a uma maior autonomia do trabalho dos profissionais, assim como à descentralização da produção, pois, com sistemas de gestão de conteúdos ancorados em BDs, pode-se publicar de qualquer lugar (BARBOSA, 2008a, p.234).

A quarta categoria é o inter-relacionamento ou hiperlinkagem. Consiste na relação entre as informações a partir de padrões combinatórios, por meio dos campos de classificação interna (BARBOSA, 2008a). A hiperlinkagem permite a inserção de materiais de arquivo no produto atual. “Abrange, ainda, os elementos da hipernarrativa para a construção das peças informativas, assim como os recursos que são agregados”, como vídeos, infográficos, botões de compartilhamento, etc., para o relato e apresentação dos acontecimentos (BARBOSA, 2008a, p.234).

A densidade informativa, quinta categoria apresentada pela autora, significa que um produto jornalístico está consolidado, ou seja, é abrangente, diversificado e contextualizado. Isso se dá pela atualização da notícia, seja pelo profissional ou pelo usuário, seja por meio da consulta em BDs ou pelo envio de fotos, entre outras formas.

A penúltima categoria é a diversidade temática. Como o próprio nome já diz, contempla a variedade de temas que podem compor os produtos jornalísticos. Barbosa (2008a, p.235) considera que essa categoria tem um enorme potencial de implementação, pois observa que alguns produtos têm ultrapassado os temas comuns como política e economia, por exemplo. Estão surgindo novas seções com novas temáticas.

Isso evidencia que quanto maior for a incorporação de BDs para a estruturação do material jornalístico, para a construção de peças informativas e para a apresentação dos conteúdos, tanto maior serão as possibilidades para as tematizações (BARBOSA, 2008a, p.235)

A sétima e última categoria é a visualização. A estruturação da informação jornalística em base de dados permite que a mesma seja apresentada de modos diferenciados. A autora diz que para praticá-la é preciso conhecer metadados, técnicas de *data mining*, entre outras. Essa categoria tem potencial para expansão, desde que estes elementos citados sejam empregados de forma abrangente nos produtos jornalísticos.

Podemos perceber que o modelo JBD está bastante relacionado com a rotina produtiva jornalística. Por isso, vamos discutir as mudanças do trabalho do jornalista e a aplicação do jornalismo de dados no Brasil.

3.6 AS MUDANÇAS NA ROTINA PRODUTIVA JORNALÍSTICA

A web possibilita a reformulação no modo de fazer jornalismo, sendo a base de dados um elemento estruturante nesse processo conforme Barbosa (2008a), da mesma forma que o rádio e a televisão, por exemplo, exigiram uma mudança na rotina produtiva. Nota-se que o jornalismo é uma profissão que vive em constante transformação, e

é (re)construído a partir da participação contínua de diferentes atores sociais (indivíduos, instituições, conceitos e abstrações etc.) que interagem conforme um conjunto de normas e convenções, responsáveis pela coordenação das atividades vinculadas a essa prática (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p.41).

As mudanças econômicas também provocam alterações. Percebemos que com a dificuldade em manter os veículos de comunicação, as redações estão cada vez mais enxutas e o jornalista precisa exercer diversas atividades, desde pauteiro até diagramador ou editor de vídeos. Conseqüentemente há uma alteração na rotina produtiva e, ao mesmo tempo, surgem novos formatos jornalísticos (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011).

Pereira e Adghirni (2011, p.45) observam três ordens de mudança na rotina produtiva. Em primeiro lugar, o fluxo de produção e disponibilização do produto jornalístico acontece de forma acelerada; depois proliferam diferentes plataformas para a oferta de conteúdos multimídia; e por último há uma mudança no relacionamento com as fontes e na apuração das informações.

Se incorporarmos as categorias e funcionalidades do Modelo JBD, percebemos que há muitas etapas a serem cumpridas pelos veículos jornalísticos. Sendo assim, vamos abordar como o jornalismo de dados está sendo aplicado pelos jornais Brasileiros segundo uma pesquisa feita por Lima (2016).

Com relação à base de dados, é natural que nem todos os veículos sejam estruturados a partir delas (MACHADO, 2005), afinal a incorporação delas de acordo com o que foi proposto por Barbosa (2008a) não é muito recente.

Machado (2005) entende que para que os veículos jornalísticos incorporem plenamente a base de dados é preciso uma “utilização casada das funções de modelo de estruturação da informação, espaço para criação de narrativas e lugar para ativação da memória” (MACHADO, 2005, p.306).

No Brasil, a apropriação da base de dados na produção jornalística acontece de forma lenta.

Os projetos envolvendo Jornalismo de Dados no país ignoram o potencial uso das mídias sociais, atualmente utilizadas apenas como ferramentas de divulgação e repercussão de matérias presentes nos portais jornalísticos (LIMA, 2016, p.294-295).

Em sua análise, a autora identificou que os jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo possuem projetos que chegam mais próximo ao conceito do jornalismo de dados, por meio de projetos paralelos ou de reportagens especiais. “Outros veículos, como O Globo, Zero Hora, Época e Valor Econômico também possuem boas narrativas jornalísticas baseadas em dados, mas que, da mesma maneira, são pontos isolados” (LIMA, 2016, p.296-297).

Por fim, conclui que “os jornais até tentam inserir a base de dados na produção, entretanto “são iniciativas espaçadas, oriundas de parcerias entre plataformas de monitoramento, agências e instituições de ensino e pesquisa” (LIMA, 2016, p.295). Lima também coloca que empresas e profissionais da área não compreendem o jornalismo de dados e que falta capacitação nesse sentido.

Sendo assim, nos propomos a analisar um veículo jornalístico que tem o jornalismo de dados como norte de sua política editorial. Para isso, consideramos a rotina produtiva, as publicações e os profissionais para perceber o atual estágio da utilização de base de dados. No capítulo seguinte vamos apresentar o objeto de estudo desta pesquisa e os resultados da análise.

4 O JORNALISMO DE DADOS NO JORNAL O MUNICÍPIO

O objeto de estudo desta pesquisa é o jornal de interior O Município, da cidade de Brusque (SC). O veículo foi escolhido como objeto de análise por ainda não ter sido estudado em seus aspectos jornalísticos; ter o jornalismo de dados como política editorial; ser da cidade onde a pesquisadora está inserida e por ser o local onde a mesma realizou o estágio obrigatório. Durante este capítulo, vamos apresentar brevemente o conceito de jornalismo de interior, em seguida contextualizar o objeto de estudo, apresentar o instrumento de pesquisa e discutir os resultados da análise.

Brusque é uma cidade do interior, localizada na mesorregião do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. Tem como municípios vizinhos Botuverá, Guabiruba, Nova Trento, Canelinha, Gaspar, Itajaí e Camboriú. Portanto, O Município é um jornal de interior. O jornal de interior, segundo a definição de Luiz Beltrão (apud MENDES, 2014, p.27), assume um papel de voz da comunidade em que está inserido. Ao definir o conceito de jornalismo de proximidade, Camponez (2012) diz que no jornalismo de interior a proximidade adquire um significado próprio. O jornalismo de proximidade em um jornal do interior é feito "a partir de uma vivência territorialmente situada" (CAMPONEZ, 2012, p. 36-37). Com isso, o jornal de interior é caracterizado principalmente pela proximidade com o leitor (SELIGMAN, BUSNARDO, 2015). O histórico de O Município aqui contextualizado é apresentado tendo como base principal a pesquisa feita por Andrei Paloschi (2014) em seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), para obter grau de bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau (Furb), o qual estudou a transição da mídia impressa para o digital no jornal O Município.

O veículo foi fundado pelo radialista, político e empresário Raul Schaefer. A primeira edição circulou em 26 de junho de 1954 (PALOSCHI, 2014; O MUNICÍPIO), tendo na capa os dizeres “Jornal que surge para pugnar pelos interesses de Brusque e bem-estar do seu povo” (BRUSQUE MEMÓRIA, [s.d.]).

A administração e produção jornalística ficavam a cargo do fundador e a revisão era feita pelo jornalista Wilson Santos. “O jornal possuía quatro páginas, era composto em tipos móveis e impresso em papel jornal” (PALOSCHI, 2014, p.30). No fim da década de 1950, o promotor público Jorge Ritzmann passa a dirigir o jornal, sendo substituído depois pelo ex-prefeito da cidade, José Germano Schaefer (PALOSCHI, 2014).

Em 1959, Jaime Mendes, recém-nomeado fiscal da Fazenda, e o empresário Ingo Arlindo Renaux adquirem o controle acionário do jornal. Jaime Mendes conduziu O

Município durante 28 anos. Quase um ano após a sua morte, em junho de 1987, empresários cotizaram para controlar as ações, que pertenciam à família Mendes. O ex-prefeito Cyro Gevaerd assumiu a direção do veículo (PALOSCHI, 2014).

Em 1989, devido a uma crise financeira, o jornal foi vendido para o empresário Gotthard Pastos e o grupo de empresas Buettner. Administrado até então por políticos, o novo diretor Herbert Pastor propôs uma redação apolítica.

Pouco tempo depois, em 1993, O Município foi comprado pelo empresário Jorge Colzani. Nesta época, o jornal substituiu as máquinas de escrever por computadores e passa a terceirizar a impressão, que agora é feita em off-set. Localizado na Avenida Lauro Muller, 28, tinha 14 funcionários entre jornalistas, administrativos, gráficos, entregadores e comercial. “A primeira edição a cores circulou em 7 de março de 1997, em formato standard. Nesse momento, O Município passa por uma profunda mudança em seu projeto gráfico, adotando conceitos estéticos e jornalísticos de grandes jornais” (PALOSCHI, 2014, p.31).

Cláudio José Schlindwein assume em 2000 a direção do jornal. Dois anos depois o semanário passa a circular de segunda-feira a sexta-feira e recebe o nome Município Dia a Dia, no formato tabloide, “o primeiro jornal do Vale do Itajaí a optar pelo formato” (PALOSCHI, 2014, p.31). De 2002 até o momento o jornal circula de segunda a sexta não só em Brusque, mas nas cidades de Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento e São João Batista (PALOSCHI, 2014).

Em 2005 o jornal se inseriu na internet lançando o www.municipiodiaadia.com.br, que era abastecido com o mesmo conteúdo do impresso, o qual era disponibilizado na íntegra e totalmente gratuito.

De acordo com a direção do jornal, a partir de 2006, o site mudou e o jornal se tornou o primeiro de Santa Catarina a disponibilizar na internet o conteúdo na íntegra, também de forma gratuita. Para isso, foi utilizado o formato fastflip, que permite o internauta “folhear” o jornal na plataforma digital. Para viabilizar o lançamento, o jornal aderiu ao consórcio E-Diário, projeto dos jornais vinculados a Associação dos Diários de Interior de Santa Catarina (ADI-SC). Em 2008, o jornal passou a oferecer o conteúdo em fastflip apenas para assinantes. O portal continuou no ar com a publicação de notícias gratuitamente (PALOSCHI, 2014, p.37).

Em 2012 o endereço eletrônico mudou para www.municipiomais.com.br, com o objetivo de “dar personalidade própria ao site e reforçar, por meio do “mais”, a ampliação do conteúdo do impresso para o digital” (PALOSCHI, 2014, p.38). O conteúdo, tanto do impresso quanto do site, é produzido pela mesma equipe de jornalistas.

Em março de 2017, o jornal passou por uma reformulação de identidade e voltou à essência, sendo chamado novamente de O Município (www.omunicipio.com.br). Em 2002, quando o jornal passou a circular diariamente, a mudança para O Município Dia a Dia era necessária para sinalizar a mudança de periodicidade do jornal. 15 anos mais tarde, com o veículo consolidado na região, foi possível retomar o nome original (O MUNICÍPIO, 2017).

Quanto à adesão do jornal ao meio digital, Paloschi (2014, p.47-48) diz que

O jornal Município Dia a Dia, de Brusque (SC) se destaca entre os jornais de interior no processo de transição para o digital. Desde 2005 vem investindo na atualização de seus sites. Percebem-se neste histórico as fases vividas pelos jornais da internet. Inicialmente, o digital não era visto como concorrência, mas como aliado. Em um segundo passo, cogita-se que ele estaria contribuindo para a diminuição de assinaturas. Num terceiro momento, eles 48 passam a coexistir com a de convergência do conteúdo impresso com o digital, mas com conteúdo diferente um do outro. Verificou-se, no entanto, que apesar dos investimentos acima da média estadual, o impresso continua sendo o foco da empresa. As alterações realizadas em 2014 mostram que a estratégia adotada em 2012, com foco na convergência, devem prosseguir. Dessa forma, é possível identificar a terceira fase do jornalismo na internet, identificada por Barbosa (2002), baseada em Mielniczuk (2001), que há mais de dez anos avaliou que, assim como identificado no portal Município Mais, haveria uma terceira geração que apresentaria como características a interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia, memória e instantaneidade.

Conforme apontamos nos capítulos 1 e 2, o webjornalismo caminha para uma quinta geração. Assim, essa pesquisa tem como objetivo verificar as características do webjornalismo no O Município a partir da terceira geração, bem como o jornalismo de dados, que se desenvolveu na transição entre a terceira e quarta geração do webjornalismo (BARBOSA, 2008a). Para cumprir com o objetivo, a análise dessa pesquisa foi feita com base em três instrumentos: diário de observação, entrevistas e análise de reportagens. O diário de observação foi construído durante o período de estágio obrigatório, que durou três meses, quando a pesquisadora estava inserida na redação. A segunda técnica de pesquisa, as entrevistas, foram feitas de forma estruturada com o editor do jornal e com os sete repórteres que compõem a redação, cujos roteiros encontram-se, respectivamente, nos apêndices A e B. Para contemplar todos os objetivos da pesquisa foi realizada ainda a análise de reportagens coletadas no site www.omunicipio.com.br por meio de imersão e seleção das que se enquadram melhor no objetivo proposto. Para esta parte foi criado um instrumento de análise com base nas dimensões de Barbosa, nas características do Webjornalismo de Canavilhas, Palacios e Bardoel e Deuze, o qual encontra-se no Apêndice C desta monografia.

Primeiramente a pesquisadora ficou de agosto a outubro de 2018 exercendo atividades do estágio obrigatório no veículo. Como a proposta do estágio era fazer um jornalismo guiado por dados, surgiu a ideia de otimizar as atividades com essa pesquisa a fim de identificar as facilidades e dificuldades da atividade, bem como observar a rotina do jornal, anotando pontos considerados importantes e assim ir além da prática e refletir sobre as aplicações do JGD.

A segunda etapa foi entrevistar os profissionais da redação. A entrevista com o editor-executivo aconteceu na tarde do dia 19 de outubro de 2018, na sede do jornal, e durou cerca de 50 minutos, tempo no qual o entrevistado respondeu as 29 perguntas do roteiro. Cinco repórteres foram entrevistados no dia 31 de outubro de 2018 e dois no dia 5 de novembro de 2018, cada entrevista durou cerca de 20 minutos. As respostas serão inseridas conforme a discussão dos pontos que permeiam a análise.

4.1 A ESTRUTURA DO VEÍCULO

O Município é composto atualmente pelos setores redação, comercial, financeiro e RH. Atualmente, a equipe da redação é composta por 12 profissionais sendo: um editor-executivo, sete repórteres, uma estagiária de jornalismo, um assistente de conteúdo e dois diagramadores.

O editor-executivo é formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau. Os sete repórteres são graduados em Jornalismo, sendo um pós-graduado em Jornalismo Esportivo, e a estagiária está no último semestre de Jornalismo.

Todos os repórteres têm um computador desktop com acesso à internet, uma câmera fotográfica e um gravador. O jornal também dispõe um celular e um notebook que podem ser utilizados por todos os jornalistas.

O celular pode ser utilizado por todos os profissionais para entrar em contato com as fontes e com o leitor, principalmente pelo Whatsapp. É comum que as mensagens enviadas pelos leitores sejam respondidas pelo assistente de conteúdo, embora os demais profissionais também respondam o que cabe a eles.

4.2 A ROTINA PRODUTIVA DO O MUNICÍPIO

No jornal O Município, a principal diferença percebida entre o processo diário do jornal e a rotina do jornalismo guiado por dados está na elaboração da pauta e nas atividades

da apuração, como a análise dos dados. “A gente primeiro vai solicitar as informações para analisar se ali existe ou não uma pauta, se a gente consegue extrair algo daí” (EDITOR, 2018). Exceto essas duas etapas, percebemos que a produção do JGD não é pensada a parte, ela é embutida na rotina “padrão” do jornal, mesmo que de forma inconsciente. Essa realidade aproxima o veículo do Jornalismo de Dados, pois conforme caracterizado por Lima (2016), tal prática não deve ser isolada, é preciso integrar a produção.

A seguir apresentamos a rotina produtiva do O Município identificada a partir da observação de campo e da entrevista com o editor.

- 1) Busca de temas: pode ser feita com várias fontes. O jornal acompanha documentos diariamente, como o Diário Oficial da Prefeitura e até mesmo licitações. “A gente entende que uma das nossas principais funções é fiscalizar o poder público” (EDITOR, 2018). As pautas também são buscadas por meio de reuniões internas, de observação da cidade, de sugestões dos leitores, etc.
- 2) Elaboração das pautas: quando é definido um pré-enfoque para o tema e são buscadas as fontes adequadas para trabalhar. Todos os dias, no início da tarde, o editor conversa com cada repórter para distribuir as pautas e tirar dúvidas sobre a proposta da matéria.
- 3) Apuração: quando a matéria vai tomando forma, são feitas as entrevistas, etc. É bem comum os repórteres utilizarem o telefone para entrar em contato com as fontes. Para isso, utilizam o gravador ou então digitam as respostas no computador durante a entrevista. Nesse momento também se define: foto, se vai ter infografia ou não, qual o tamanho da matéria, etc.
- 4) Disponibilização da matéria: é a parte mais técnica. O repórter insere as informações no Wordpress, para o site e impresso.
- 5) Edição: trabalha com o editor, “se tiver algo que precisa ser revisto, volta para o repórter e ele precisa rever aquela matéria” (EDITOR, 2018)
- 6) Diagramação e agendamento: depois da edição a matéria vai para a diagramação do impresso e para um agendamento no site, sendo programada para o dia e hora da publicação.

Todas as etapas anteriores fazem parte da rotina produtiva do jornalismo guiado por dados, embora a apuração seja diferente, já que uma pauta de dados exige atividades como garimpo e análise de informações. Apresentamos a seguir o processo de uma reportagem guiada por dados segundo o editor.

- 1) Busca de dados em alguma base online ou pedido de informação (que chega por meio de uma planilha de Excel);

- 2) Análise de dados para encontrar uma matéria;
- 3) Análise de dados minuciosa para encontrar algum ponto fora da curva e direcionar o enfoque da matéria;
- 4) Extração e compilação dos dados a fim de utilizá-los no decorrer do processo;
- 5) Apresentação dos dados com base no Infogram, em ferramentas do Wordpress ou com os designers do jornal.

Analizamos que esse processo é adequado, apesar da ausência de outros elementos que complementam a produção como, por exemplo, a geolocalização, embora saibamos que este elemento ainda não é uma tecnologia acessível, principalmente em um jornal do interior.

4.3 ELEMENTOS DA ROTINA PRODUTIVA

Dos elementos que compõem a rotina produtiva destacam-se dois: uma planilha no Google Drive que armazena as fontes e a ferramenta Trello, utilizada para gerenciamento de pautas.

A planilha no Google Drive para organização das fontes é uma funcionalidade do modelo JBD (BARBOSA, 2008), conforme apresentamos no item 2.5, presente na redação do O Município. A planilha surgiu em 2012 “com o objetivo de organizar melhor, mas principalmente fazer com que esses dados ficassem online” (EDITOR, 2018). Antes disso, essas informações ficavam no servidor interno, que só pode ser acessado nos computadores da redação. Então se o profissional estivesse fora do ambiente, não tinha como consultar.

Sempre que há uma fonte nova, os repórteres são orientados a inserir na planilha. As informações inseridas são nome, função, telefone e e-mail, e as fontes são organizadas por guias. A principal é a geral, que tem a maioria das fontes, por ordem alfabética, e outras específicas, como da Prefeitura de Brusque e da Câmara de Vereadores. As outras abas são mais sazonais, como as Eleições por exemplo.

O sistema de busca é CTRL+F, um comando que abre uma caixa de pesquisa e desta forma é possível pesquisar por nome ou por função, por exemplo. O editor entende que a forma como as fontes estão armazenadas atualmente supre as necessidades do jornal, assim como os repórteres: todos consideram que a planilha funciona bem, apesar de alguns apontarem algumas melhorias.

Os repórteres 2, 3, 4 e 5 elogiam o acesso rápido e remoto, tanto pelo computador como pelo celular. Por outro lado, os repórteres 1, 5, 6 e 7 elencam pontos que podem ser

melhorados. Os repórteres 1, 5 e 7 apontam que é preciso ter um cuidado maior com a atualização. Para o repórter 1, é necessário colocar algum “bloqueio” na planilha. “É muito fácil alguém mexer nela sem querer, tanto que eu já vi que tem nomes que foram trocados por ‘ashuahs’ porque alguém digitou, não viu, e pode até ter sido eu e a gente não sabe” (REPÓRTER 1). Os repórteres 5 e 7 colocam que os repórteres precisam atualizar a planilha com mais frequência, seja para adicionar números ou para verificar se as informações nela contidas são atuais. “Se na planilha está que fulano de tal é do vôlei, pra mim, ele é dó vôlei. Mas pode ser que hoje em dia ele seja treinador de judô. Então eu acho que ter uma data de atualização ou ter um cronograma de atualização seria interessante” (REPÓRTER 5, 2018). A atualização por parte dos jornalistas é um problema identificado pelo repórter 7. “Por exemplo, eu fiz uma pauta ‘x’ que não tinha sido feita no jornal, eu anotei o nome dessa fonte, que no máximo está no meu Whatsapp. Depois eu não botei ali, eu acho que a gente não se preocupa muito em ficar atualizando” (REPÓRTER 7, 2018). O repórter 6 sugere que as fontes sejam classificadas por *tags*. “Daria pra botar lá: poder público, saúde, fala sobre tal coisa. Eu acho que o principal seria ter *tags*, que ajudaria principalmente quem é novo” (REPÓRTER 6, 2018). Entretanto, para esse recurso seria necessário migrar para outra plataforma.

Ao observar a planilha, avaliamos que a mesma poderia ser organizada de modo mais elaborado, aproveitando os recursos proporcionados pelo próprio Excel para criar uma base de dados mais sofisticada. No sistema atual, uma fonte é encontrada com mais facilidade pelo nome. Mas, se a base de dados for abastecida com mais informações, será possível pesquisar uma fonte a partir de palavras-chave, como as *tags* sugeridas pelo repórter 6. Poderiam ser criados os campos “função” e “habilitado para falar sobre”. Por exemplo: função: psicólogo; habilitado para falar sobre: autismo; ansiedade. Dessa maneira, quando o jornalista tiver uma pauta sobre estes assuntos, se não lembrar o nome do profissional, pode recorrer à pesquisa por palavras-chave.

Outra funcionalidade do JBD utilizada pelo objeto analisado é a ferramenta Trello, que serve para integrar os processos e a equipe. Toda a produção do jornal está organizada numa espécie de “redação virtual”, conforme aponta o editor. De 2012 a 2013, o jornal usava uma planilha no Google Drive como ferramenta de organização. “Cada coluna era um repórter e cada linha era um dia da semana. Ali eram informadas as pautas para o repórter consultar naquele dia” (EDITOR, 2018). Mas o conteúdo era o título da pauta e demais informações tinham que ser consultadas pessoalmente ou solicitadas por e-mail.

Quando o jornal sentiu necessidade de aprimorar esse sistema, partiram para ferramenta *Todoist*, que foi utilizada por alguns anos. “Mas a gente achava ele limitado em termos de organização para a redação, porque eles são feitos como escritórios virtuais para profissionais liberais principalmente, para agenda pessoal também” (EDITOR, 2018). Por isso, sentiram dificuldade em adaptar a plataforma àquilo que era necessário para a rotina. Em determinado momento, o *Todoist* não era mais tão interessante, então o editor buscou uma nova ferramenta e encontrou o Trello.

A plataforma é utilizada para a organização dos afazeres do jornal. “O Trello é usado basicamente para a distribuição das pautas, para anexação de arquivos e de links, e para agendamentos” (EDITOR, 2018). Lá, o editor insere a pauta e junto com ela as referências. Os repórteres veem e podem anexar arquivos, links e organizar o dia a dia. O Trello funciona no estilo *post-it*. Cria-se uma área específica, e cada *post-it* é um dia da semana, que pode ser arrastado de um *post-it* para o outro. “Para nós ficou muito mais prático porque as pautas têm essa mobilidade. A pauta começou a ser feita hoje, mas conseguiu agendar uma entrevista para daqui a três dias. Então a gente arrasta para daqui a três dias e agenda” (EDITOR, 2018).

A ferramenta também é utilizada para a comunicação entre a equipe. “Se eles querem me informar algo que não é urgente, eles me informam a partir do Trello também”, comenta. No *Todoist*, cada repórter tinha uma conta e via apenas as pautas próprias. No Trello, é uma conta para todos, assim é possível visualizar a pauta de todo mundo. Dessa forma, cada repórter pode contribuir com a pauta do outro e consultar as pautas que já estão sendo feitas, para não sugerir uma repetida. Outra utilidade é para agendamento das pautas. Quando chega uma sugestão de evento, as informações prévias e de cobertura são inseridas no Trello. Então o editor faz uma espécie de curadoria e seleciona o que vai ser utilizado ou não, o que vai ser uma matéria ou nota, em qual meio vai ser publicado, se nas redes sociais, no impresso ou no site. “Se o Trello sair do ar nesse momento, o trabalho da redação é completamente prejudicado” (EDITOR, 2018).

Apesar de alguns repórteres apresentarem alguns defeitos do Trello, isso não diminui a excelência da aplicação: todos gostam da utilização do Trello na redação e acreditam que atende às necessidades do dia a dia. Os pontos positivos levantados pelos profissionais: a) é possível organizar e visualizar bem as prioridades do dia; b) é uma ferramenta dinâmica e fácil de aprender; c) é responsivo, tem um bom aplicativo para celular; d) é um canal de comunicação: não é preciso enviar e-mail, dá pra inserir a informação lá; e) não há limitação de espaço, dá pra colocar todos os detalhes possíveis.

O repórter 5 comenta:

Quando eu comecei a conversar com colegas de outros jornais e eu comentei sobre a organização no formato que é ali no Trello, todos eles acharam uma ideia genial porque normalmente isso fica muito fechado, esse tipo de organização. Pelo menos onde eu vinha trabalhando, era um controle mais pessoal do editor, então eu acho uma ferramenta muito útil (REPÓRTER 5, 2018).

O repórter 1 diz que gostaria que existisse uma funcionalidade de marcar os estágios que se encontram as atividades como, por exemplo, “comecei”, “apurado”, “escrito”, etc. Essa marcação só pode ser feita manualmente, arrastando as atividades para quadros diferentes, conforme apresentados anteriormente pelas palavras do editor. “Eu queria que fosse uma coisa mais automática, de eu só apertar um botão ao invés de ter que ir lá e arrastar” (REPÓRTER 1).

O repórter 2 elenca dois defeitos. O primeiro é que não tem um mecanismo automático que joga as tarefas não feitas no dia para o dia seguinte. “Você tem que fazer isso manualmente, então às vezes os dias da semana ficam embaralhados no Trello, por causa das modificações manuais” (REPÓRTER 2, 2018). Para resolver o problema o jornalista diz que seria bom “ter um mecanismo automático que mantivesse sempre linear os dias da semana”. Outra queixa do profissional é que as abas nas quais ele guarda informações é igual às de tarefas. “Então ele cria em mim uma impressão visual de que eu tenho muito mais coisas para fazer do que eu realmente tenho. E isso na prática faz diferença” (REPÓRTER 2, 2018). Os apontamentos feitos pelos Repórteres 1 e 2 são bastante técnicos e não indicam um mau uso da ferramenta pelo veículo.

Diante destas observações, classificamos o Trello como um elemento bastante importante na rotina do jornal, sendo também uma ferramenta de integração com a equipe. Embora o jornal não utilize uma base de dados interna, por meio de um software, utiliza uma plataforma online que armazena informações sobre a rotina diária do jornal e cumpre essa função. Consideramos essa atividade bastante positiva porque cumpre com os preceitos estabelecidos por Barbosa (2008) listados no item 2.5 deste trabalho.

Um fato interessante da redação observado pela pesquisadora durante o estágio é que na parede há duas televisões para acompanhar em tempo real o acesso aos sites www.omunicipio.com.br e www.omunicipio Blumenau.com.br (uma franquia do O Município na cidade de Blumenau – SC), que é medido pelo Google Analytics.

O Google Analytics é utilizado desde 2012 e todos os meses o jornal faz um relatório mensal do desempenho do site, que é discutido em uma reunião da diretoria do jornal. “Nós analisamos o desempenho das notícias baseado até em editorias, para a gente entender qual é

o nível de interesse do público e se a distribuição foi feita de forma adequada também” (EDITOR, 2018).

Os relatórios revelam alguns aspectos do tráfego de usuários no site do O Município, conforme conta o editor:

O que a gente percebe, que os dados nos trazem, é que hoje os acessos eles são muito relevantes via redes sociais, principalmente Facebook, com crescimento absurdo no Instagram, e via Google, via pesquisa. O acesso via plataforma própria, ele é relevante, mas nós percebemos a importância tanto do Google quanto das redes sociais para o acesso ao nosso site. E também pela questão de mobile, os smartphones hoje se destacam, mais de 80% dos acessos são via smartphones e não em desktops como era antigamente (EDITOR, 2018).

Quanto o acesso às notícias, as mais acessadas envolvem segurança pública e notícias de grande impacto como algum acontecimento climático. “Claro que há segmentações importantes, há um público cativo de esporte, por exemplo, há um público importante que é sazonal como, por exemplo, nas eleições, como durante outubro na cobertura da Fenarreco¹” (EDITOR, 2018).

O editor considera fundamental entender o comportamento do público. Os dados coletados auxiliam a redação na elaboração de pautas, bem como o setor comercial a saber o interesse publicitário. “Nós estamos nos munindo de informações para o desenvolvimento de uma nova plataforma no futuro próximo” (EDITOR, 2018). Apesar de alguns assuntos terem mais acesso que outros, o jornal não diminui a produção dos conteúdos menos acessados, pois entende a importância de cada um. A estratégia para aumentar os acessos é simples: inserir links dos conteúdos com menos potencial nos que recebem mais acessos. É uma espécie de impulsionamento feito de forma manual pelo assistente de conteúdo.

Os repórteres acompanham os acessos da seguinte forma: pelos monitores na redação e quando o editor repassa informações. Quando questionados se utilizam esses dados para elaborar pautas do interesse dos usuários, os repórteres 1, 3, 4 e 6 afirmam que utilizam ou já utilizaram o número de acessos para pensar novas pautas. O repórter 3 acredita que o Google Analytics vai ser o norte do jornal. Entretanto fica com receio de algumas pautas importantes no contexto social perderam espaço por causa do baixo acesso. “Mas espero que seja feita com responsabilidade a utilização do Google Analytics, para que a gente não perca essa função social que o Jornalismo exerce” (REPÓRTER 3, 2018). O repórter 6 conta que pensa mais nos acessos na hora de escrever a matéria e o título. Os repórteres 2, 5 e 7 não utilizam

¹ A Festa Nacional do Marreco, mais conhecida como Fenarreco, é uma festa de tradição alemã realizada todos os anos no mês de outubro na cidade de Brusque (SC).

as informações na criação de pautas. O repórter 2 tem uma técnica diferente e tem como base os dados do que as pessoas procuram na caixa de pesquisa do site. O repórter 5 acessa sites de outros jornais para ver o que tem potencial de ser adaptado para a cidade.

As técnicas utilizadas pelos repórteres, como a do Repórter 2 de utilizar as informações de pesquisas feitas no site para elaborar pautas, são em sua maioria instintivas, ou seja, não são praticadas por todos os profissionais, o que pode prejudicar a produção, pose se houvesse uma organização para que todos fizessem, a prática se aproximaria ainda mais do JD, já que a mensuração para gerar novos produtos é uma das funcionalidades das BDs no Jornalismo. Organizar estas técnicas e repassá-las a equipe garante que a prática não seja suspensa caso o profissional venha a sair do veículo.

A mensuração pelo Google Analytics é mais uma funcionalidade do modelo Jornalismo em Base de Dados, que é cartografar o perfil dos usuários. Consideramos que o jornal faz bom uso das informações coletadas, pois as utiliza para conhecer o público, para planejar o futuro e também o dia a dia na elaboração de pautas. Embora o repórter 6 pense nos acessos na hora de criar os títulos, como pesquisadora do site não percebeu-se títulos apelativos. O editor disse na entrevista que no futuro pretende investir em personalização, o que é bem importante, já que atualmente o site carece desse aspecto, conforme iremos apresentar no item 3.6. O Google Analytics pode ser a chave para esse investimento.

O sistema de criação de sites e blogs Wordpress é utilizado pelo jornal desde 2015 como plataforma de alimentação do site e do impresso, servindo dessa forma também como um canal de comunicação entre a redação. O editor explica:

Os repórteres escrevem a matéria no Wordpress ou em algum programa específico no seu computador, mas é levado para o Wordpress. O texto que fica na área central da plataforma é utilizado para a versão do site, mas há um campo 'fantasma', digamos assim, que é só acessado internamente por mim, pelos repórteres e diagramadores, e lá tem informações específicas para a comunicação entre nós. Por exemplo, se tem um elemento específico do impresso, como um box, lá o diagramador fica sabendo que o repórter gostaria que fosse um box. É lá [no campo fantasma] que o repórter vai informar ao diagramador e eu também informo (EDITOR, 2018).

Uma característica presente no Wordpress é um relatório do volume de produção. O editor conta que são gerados dois números: a quantidade e o tamanho. Esses dados são condensados em uma planilha mês a mês e a partir daí é analisado o desempenho dos repórteres.

Esses dados não podem ser olhados de maneira fria, precisa ter todo um contexto do que foi desenvolvido, se é uma reportagem, se é um caderno, se é uma nota, tudo isso obviamente leva tempos diferentes. Então não há uma cobrança por produtividade, como se fosse um processo industrial, mas há um acompanhamento sim, para que até o próprio repórter tenha noção do seu desempenho (EDITOR, 2018).

Com isso, identificamos a funcionalidade de armazenar as informações de produtividade dos profissionais que trabalham no veículo. Isso se dá pelo número de publicações, mas também pelo armazenamento dos produtos feitos pelos repórteres, o qual vamos explicar no tópico a seguir. O relatório de produtividade é importante, principalmente por questões financeiras. É preciso reconhecer que um veículo jornalístico é uma empresa como qualquer outra e a mensuração da produtividade auxilia na avaliação do desempenho da equipe e do custo benefício.

O repórter 1 conta que acompanha os números e fica de olho na quantidade de matérias que fez. “Eu já usei isso internamente, ah fiz tantas matérias em tal mês, acho que é legal eu dar uma agilizada e fazer mais agora, tentar fazer mais rápido, mas eu não sei o quanto essa minha mudança interna de fato ajudou porque o nosso *feedback* sobre isso não é frequente” (REPÓRTER 1, 2018). O repórter 2 diz que antigamente esse feedback de produtividade era repassado com mais frequência. “Eu acho que ainda é feito esse relatório, mas ele não é mais repassado aos repórteres porque não há interesse pela quantidade bruta” (REPÓRTER 2, 2018). O repórter 3 diz que nunca abriu para ver quantas matérias já fez e nunca foi cobrado pela quantidade que fez ou deixou de fazer. Os repórteres 4, 6 e 7 dizem que nunca receberam um *feedback* sobre a produtividade. O repórter 5 acredita que é uma forma de acompanhar como está o trabalho, mas partilha do mesmo pensamento do editor, que são dados que não podem ser olhados de forma crua.

Pelo relato dos repórteres, não há um *feedback* sobre o relatório de produtividade. Concordamos com o editor e com o repórter 5 que os dados precisam ser analisados pelo contexto das produções e acreditamos que a decisão de não cobrar a produtividade é correta. Entretanto, se o relatório é gerado mês a mês conforme o editor disse, poderia haver um retorno com mais frequência. O *feedback* pode servir para gerenciar as potencialidades da equipe e a divisão de tarefas, mas também como um incentivador, seja para continuar fazendo um bom trabalho ou para melhorar o desempenho.

4.4 A MEMÓRIA NO JORNALISMO EM BASE DE DADOS

Conforme explicado no item 2.5 deste trabalho, a memória é uma função chave do modelo Jornalismo em Base de Dados (BARBOSA, 2008a). O armazenamento de O Município é feito por meio do servidor interno do veículo, de forma física, para o impresso, e no Wordpress.

O servidor interno do jornal integra os computadores de todos os profissionais e armazena fotos, vídeos e arquivos. Como o servidor tem uma capacidade limitada, alguns arquivos são descartados. As fotos e vídeos ficam em pastas ano a ano. “O título da pasta é forma que a gente localiza as fotos [e vídeos], então no título o repórter coloca o máximo de informações, para que numa busca a pessoa consiga localizar” (EDITOR, 2018). Há uma pasta geral de arquivos, que é utilizada de acordo com a necessidade de cada jornalista. Ali também são inseridas as artes produzidas pela diagramação.

Os vídeos também ficam no canal do veículo no Youtube. Os gráficos e infográficos ficam armazenados no Infogram, que é a ferramenta utilizada pelo jornal. As matérias produzidas pelo jornal ficam armazenadas apenas no Wordpress, mas para garantir a segurança, um técnico faz um backup dentro do servidor.

As produções dos repórteres armazenadas nesses locais são acessadas por eles quando precisam resgatar alguma informação ou então para pensar em novas pautas. Para encontrar os arquivos no servidor interno é utilizado o sistema de busca por palavras-chave. Para as matérias no Wordpress, se o repórter entrar com o login dele, pode acessar a seção “Meus”, onde estão todas as produções dele. Se pesquisar o nome do repórter no Google, aparece um link do site, <https://omunicipio.com.br/author/NOMEDOREPÓRTER>, com o nome dele, que direciona para uma página do site com todos os conteúdos produzido por ele.

Os profissionais também guardam informações que podem ser utilizadas futuramente, seja no bloco de anotações, por meio de gravações, no Trello, no Google Docs, entre outras plataformas. O repórter 2 exemplifica:

Eu costumo guardar todos os arquivos de áudio, de entrevistas, arquivos em PDF, senhas de processos que eu solicito no Fórum, números de processos em PDF, decisões judiciais, memorandos da prefeitura, todos os arquivos que eu guardo em pastas separadas e elas ficam armazenadas no meu computador (REPÓRTER 2, 2018).

A partir das informações armazenadas os repórteres pensam em novas pautas, que podem ser ou não um desdobramento da primeira, ou para utilizar em outra matéria, caso o que a fonte tenha falado não sirva para a pauta do momento.

O veículo tem diversas bases de armazenamento, sejam elas internas, com acesso restrito aos profissionais, e externas, que podem ser acessadas pela sociedade. No site, o jornal peca no sentido de restringir as notícias a poucas categorias e não fazer uso de *tags*. Dessa forma, para obter melhores resultados o usuário precisa utilizar a caixa de pesquisa, mas para a busca ser eficaz o ideal é saber exatamente o que procura. Sendo assim, consideramos que o jornal O Município cumpre a memória, mesmo que de forma não tão eficaz, pois disponibiliza os arquivos para a sociedade, o que é importante para a empresa jornalística (BARBOSA, 2018).

4.5 O JORNALISMO DE DADOS PELA VISÃO DA EQUIPE

O que é produzido em um veículo geralmente é reflexo do conhecimento dos profissionais que nele trabalham. Por isso, questionamos o editor e os repórteres sobre o entendimento que eles têm sobre o jornalismo de dados.

A primeira pergunta de ambos os roteiros é “O que você entende por base de dados?”. O editor respondeu que, para o jornal, a base de dados “é a plataforma de pesquisa de dados” (EDITOR, 2018). Para ele, as BDs podem ser plataformas online, onde é possível consultar as informações, ou então “uma base de dados própria” (EDITOR, 2018) de algum órgão público, por meio da qual o acesso se dá via pedido, com base da Lei de Acesso à Informação.

A ideia de base de dados que os repórteres têm é bastante semelhante. Os repórteres 1, 4 e 7 dizem que é um arquivo ou um lugar para consultar ou armazenar dados. O repórter 2 entende que é “uma organização estatística de informações que servirão a qualquer tipo de planejamento” (REPÓRTER 2, 2018). O repórter 3 cita como exemplo a base de dados de um jornal, que pode armazenar informações para municiar os repórteres. O repórter 5 considera que é uma memória, uma ferramenta, “um material de consulta valiosíssimo para a rotina de produção do jornal”, que pode ser adaptado para qualquer editoria. O repórter 6 entende que pode ser um portal da transparência, qualquer planilha, qualquer local que disponibilize um dado bruto.

Apesar de parecer que alguns repórteres pensam apenas em números, no decorrer da entrevista fica claro que o pensamento deles com relação às bases de dados vai encontro ao que apresentamos no item 2.5 deste trabalho, que as bases de dados atualmente armazenam não só números, mas textos, fotos, vídeos, etc. (MACHADO, 2005). Entretanto, conforme discutimos a partir de Barbosa (2005), as bases de dados também são uma forma cultural, o

que não é percebido pela equipe. “Para nós, o jornalismo de dados, a base de dados, é algo muito inicial ainda. Desde o ano passado que a gente tem iniciado um cuidado maior sobre o assunto” (EDITOR, 2018).

O entendimento que os jornalistas têm sobre base de dados reflete na pergunta seguinte, “O que é jornalismo de dados para você?”. O editor considera difícil esse questionamento. Para ele, o jornalismo de dados, resumidamente, “é uma matéria que nasce e se desenvolve com base em dados” (EDITOR, 2018). Ele considera que o jornalismo de dados é buscar pautas em uma base de dados e a partir delas “ter uma análise crítica em relação a esses dados [...], entendê-los e tentar encontrar naquela base uma história e traduzir da melhor forma para o leitor” (EDITOR, 2018).

Garimpo, contextualização e tradução são as principais palavras utilizadas pelos repórteres para definir o jornalismo de dados. Para eles, em resumo, o jornalismo de dados é garimpar informações em uma base dados, traduzi-los e utilizá-los para contextualizar e aprofundar determinado assunto. O repórter 5 exemplifica:

Eu acho que é uma forma menos superficial de observar o que está acontecendo [...]. Se tu tens um banco de dados, uma pauta comum de buraco de rua não vai ser só uma pauta comum, tu vais conseguir enriquecer melhor esse material com base nesse histórico (REPÓRTER 5, 2018).

O repórter 6 diz que o jornalismo de dados é a interpretação das informações que estão nas BDs. “É conseguir extrair o que é relevante, não é só porque está ali que é relevante. É interpretar e traduzir aquilo para o leitor” (REPÓRTER 6, 2018).

A percepção do editor e dos repórteres se resume a um jornalismo guiado por dados, que está inserido no universo do jornalismo de dados, como já explicamos anteriormente por meio de Träsel (2014), mas essa visão restrita do jornalismo de dados presente no discurso dos entrevistados e também como observado em campo, não interfere na aplicação das funcionalidades do modelo JBD (BARBOSA, 2008), como mostramos no tópico anterior.

Quanto ao uso das bases de dados na pré-produção jornalística, os profissionais partilham ideias semelhantes. Para o repórter 1, o principal uso é acessar as BDs para buscar e cruzar dados, mas também é fazer coisas simples, como criar uma tabela com as informações. “Eu acho que isso também está fazendo um pequeno banco de dados que pode servir para alguém no futuro” (REPÓRTER 1, 2018). O repórter 2 considera as bases de dados imprescindíveis para o contexto. Além disso, acha “importante para saber o que já foi dito e o que ainda não foi dito antes de escrever uma reportagem” (REPÓRTER 2, 2018). O repórter 3 tem um pensamento semelhante ao do repórter 2 e apresenta a ideia da base de dados de um

jornal. Ele considera importante a BD de um jornal importante para apresentar o contexto da cidade a um novo profissional ou até mesmo para um jornalista que vai fazer uma pauta da qual não é familiarizado. Apesar de ter essa ideia, não é uma atividade exercida por ele. “Eu confesso que eu poderia ter isso de uma forma mais esclarecida dentro do meu trabalho” (REPÓRTER 3, 2018).

Na produção do jornal O Município, o jornalista utiliza informações de bancos de dados, mas também faz levantamentos próprios. Entretanto, não guarda essas informações levantadas. “Toda vez eu acabo tendo que fazer tudo de novo ou pegar uma matéria que eu fiz em outro ano [...]. Eu poderia trabalhar isso, mas a correria do dia a dia acaba me fazendo esquecer” (REPÓRTER 3, 2018). O repórter 4 considera que na pré-produção as BDs podem ser utilizadas para organizar tabelas, fazer pesquisas e contas e formular pautas. O repórter 5 diz que as BDs podem ajudar muito no planejamento de pautas. “Normalmente utilizo para pautas. Como eu não sou aqui do estado, muito da parte política e da história da cidade principalmente, eu não conheço, então para mim, muitas vezes esse banco de dados é importante até pra eu conseguir me situar no que está acontecendo” (REPÓRTER 5, 2018). O repórter 6 considera a BD como a mais importante fonte de conteúdo exclusivo. Além disso, serve para se preparar para entrevistar a fonte, principalmente de cargo público, que segundo ele geralmente mentem ou contam meias verdades. “Então a planilha serve como uma base para ti elaborar todas as tuas perguntas e conseguir de fato ir mais a fundo, além das respostas superficiais que a fonte dá” (REPÓRTER 6, 2018). O repórter 7 também utiliza a base de dados como instrumento de preparação para a pauta. “Sempre gostei muito da parte estatística para poder fundamentar minha matéria e a partir daí poder formular perguntas para as minhas fontes” (REPÓRTER 7, 2018).

Na etapa de produção, as respostas são bastantes semelhantes às de pré-produção. O repórter 1 não soube responder como as bases de dados podem ser utilizadas na produção jornalística. Para os repórteres, a principal finalidade da base de dados na produção é dar contexto. O repórter 2 utiliza para contextualização e para verificar algum ponto fora da curva. “Por exemplo, todo ano sai a estatística do número de empregados e desempregados em Brusque. Ela costuma ser ignorada porque não varia muito, mas quando há um ponto fora da curva, isso serve de referência para a gente buscar fontes, motivos e causas” (REPÓRTER 2, 2018). Além da contextualização, o repórter 5 utiliza as BDs como comparativo, principalmente em matérias do dia a dia, para “ter dados que consigam mostrar o comportamento, acho que sempre ajuda a pessoa a entender o que se passa” (REPÓRTER 5, 2018). O repórter 7 entende que também serve como memória, para buscar arquivos antigos.

“Às vezes a gente tem que fazer, por exemplo, uma notícia sobre alguém que foi condenado na justiça. Aí a gente acessa a base de dados e encontra os arquivos pra poder explicar para o leitor o que aconteceu no caso inteiro” (REPÓRTER 7, 2018). Diante desse quadro de respostas, nota-se que as ideias quanto ao uso das bases de dados restringem-se às atividades que envolvem o jornalismo guiado por dados, enquanto o ideal seria uma visão das aplicações das bases de dados conforme dita o modelo JBD, que resultaria em uma inserção ampla das BDs na rotina produtiva e nos conteúdos feitos pelo jornal.

Quando o editor foi questionado se no sistema de produção do veículo ele identifica o uso de uma base de dados, responde que

Para apresentar ao leitor, nós buscamos ferramentas que facilitem a apresentação dos dados, porque além de buscar os dados e utilizá-los para a produção da matéria, uma parte muito importante do jornalismo de dados é como eles vão ser exibidos, qual é o entendimento do leitor. Então nós buscamos essas ferramentas disponíveis como, por exemplo, o Infogram, e as próprias ferramentas do WordPress, que permitem a exibição desses dados. Nesse momento é isso que a gente utiliza. No entanto, internamente, dentro do nosso servidor, nós temos organizados com planilhas de Excel os dados que nos são enviados e que a gente usa como fonte de pesquisa, mas por enquanto a nossa, digamos assim, base de dados interna, se resume a isso (EDITOR, 2018).

Essa resposta mostra que o jornal tem iniciativas que vão além de fazer um jornalismo guiado por dados, como utilizar o servidor interno para armazenar as informações, muito embora a equipe não perceba esta ação como jornalismo de dados.

O jornalismo de dados não é bem compreendido pelos profissionais da redação do O Município. Percebeu-se que falta a percepção das potencialidades das bases de dados além da produção da reportagem, porque a visão é muito restrita ao jornalismo guiado por dados.

4.6 REPORTAGENS GUIADAS POR DADOS NO O MUNICÍPIO

A busca pelas matérias a serem analisadas foi realizada por meio de uma imersão no site do O Município no dia 22 de outubro de 2018. A pesquisadora pré-selecionou no site, por meio de rolagem e navegação intuitiva, matérias cujos títulos representavam temáticas que indicassem o que procurava: reportagens guiadas por dados, ou seja, quando o dado é a razão da reportagem. Após isso, as matérias pré-selecionadas foram submetidas a uma pré-análise para sabermos se continham informações mais contextualizadas por meio de arquivos ou dados, que continham gráficos, mapas, tabelas ou ilustrações, que são elementos característicos do JGD. As que não atendiam tais critérios foram descartadas. Como o intuito

era analisar a aplicabilidade das características do JD nos produtos, uma vez que para estudar o JD é preciso estudar todo o processo, da pré a pós-produção, a imersão aconteceu durante 30 minutos, sendo acessadas cinco páginas em cada editoria, independentemente de ter encontrado ou não o que procurava.

Ao entrar no site, encontra-se a página “home”, contendo as principais notícias do momento. Ao rolar a página, aparecem mais notícias, mas que podem não ser do momento, como a seção de “mais lidas”. Na home não havia nenhuma matéria interessante para a análise, pois eram conteúdos mais factuais que, pelo título, não indicavam ser reportagens guiadas por dados, então o primeiro instinto foi entrar na editoria “Segurança”, que é a primeira no menu de editorias. Dentro da categoria, há três *tags* “acidentes”, “crimes” e “Mapas das mortes no trânsito”. Tem-se a opção de personalizar as notícias visualizadas, podendo optar por “Mais recentes”, “Posts em Destaque”, “Mais popular”, “7 dias populares”, “Por pontuação de revisão” (nesta editoria não havia posts para exibir) e “Aleatório”. As notícias das páginas 1, 2, 3, 4 e 5 eram todas factuais, de ocorrências como acidente e assalto. Como não encontramos notícias que nos indicassem o uso do jornalismo guiado por dados, a próxima opção foi acessar a *tag* “Mapas das mortes no trânsito”, partindo do princípio da geolocalização presente em jornalismo de dados (BARBOSA, 2008), mas deu erro na página. Então foi feita uma busca dessa matéria na caixa de pesquisa do site. Foram encontradas duas matérias, uma de 2014 e outra de 2018, as quais foram selecionadas para análise.

Encerrada a busca em Segurança, voltamos à página inicial. A segunda editoria era “Eleições 2018”, nomenclatura utilizada no período eleitoral para substituir “Política”. Há três *tags* na editoria: “Câmara de Brusque”, “Câmara de Guabiruba” e “Eleições 2018”. Percorrendo pelas cinco primeiras páginas da editoria, sem clicar em nenhuma *tag*, foi encontrada uma reportagem guiada por dados referente ao resultado das eleições estaduais. Na *tag* “Câmara de Brusque” foram acessadas cinco páginas e uma reportagem foi encontrada.

A próxima editoria acessada foi “Esporte”. Na página há seis *tags* que direcionam para os dois times da cidade, para colunas e para futebol. As cinco primeiras páginas foram acessadas, mas nenhum conteúdo com dados foi encontrado.

Dando continuação à imersão, voltamos à página inicial onde encontramos uma possível matéria, sobre o número de requisições do seguro desemprego, mas o conteúdo era uma nota inserida em uma coluna, então o descartamos. Depois, acessamos a editoria “+Notícias”. Por decorrência do fim de semana, há mais notícias factuais, então não foram encontradas reportagens guiadas por dados nas cinco primeiras páginas. Por isso, a pesquisadora foi até a página 50, mas encontrou apenas duas reportagens que foram

selecionadas para a análise, uma foi selecionada para ser analisada e outra foi descartada por não atender aos critérios estabelecidos para a seleção.

A próxima editoria acessada foi “Especiais”, na qual foram percorridas as cinco primeiras páginas e encontradas mais três reportagens. Terminadas as editorias, o próximo passo foi utilizar a caixa de busca do site.

Como estávamos procurando conteúdos com dados e que contenham elementos de visualização como gráficos, pesquisamos o termo “Infogram”, que é o nome da plataforma online utilizada pelo jornal para a criação destes elementos. Apareceram diversos resultados, mas a busca foi feita apenas até a página cinco. Foram encontradas mais dez reportagens.

Durante a imersão encontramos um total de 17 reportagens, conforme mostra o quadro a seguir.

TÍTULO	PUBLICAÇÃO	SELECIONADA
Ideb 2017: anos finais de Brusque não atingem a meta pela terceira vez consecutiva	04/09/2018	Sim
Agências de emprego de Brusque têm mais de 80 opções disponíveis; confira a lista	21/08/2018	Não
Qual a variação do quilo do pão francês nas padarias de Brusque	14/08/2018	Sim
Justiça de Brusque tem quase 50 mil processos em tramitação	13/07/2018	Sim
Por que Brusque teve um dos piores desempenhos nos Joguinhos Abertos dos últimos anos	06/08/2018	Sim
Aumentos no preço da gasolina são sentidos por motoristas de Brusque e região	27/09/2018	Sim
Contribuição de MEIs da região de Brusque com o INSS cresce 71% em três anos	18/10/2018	Sim
Brusque pagou mais de R\$ 5,6 bilhões em impostos federais de 2004 a 2017	10/10/2018	Sim
Como foi o desempenho em Brusque dos deputados estaduais e federais eleitos em Santa Catarina	09/10/2018	Sim
Câmara de Brusque em números: confira produção dos vereadores no primeiro semestre de 2018	20/07/2018	Sim
Número de requisições de seguro-desemprego estabiliza em Brusque	22/10/2018	Não
Brusque tem quase 600 ruas oficiais sem pavimentação	16/10/2018	Sim
O preço da poluição	04/10/2018	Não
Saiba declarar o IR sem cair na malha fina	03/04/2018	Não
Falta de esgoto tratado causa transtornos de todo tipo	19/10/2018	Não
Mapa das mortes no trânsito de Brusque em 2014	09/05/2014	Sim

Brusque tem maior número de mortes no trânsito dos últimos cinco anos	30/01/2018	Sim
---	------------	-----

Quadro 2 Universo das reportagens encontradas na imersão no site

Em uma análise prévia, foram descartadas cinco reportagens: a que já mencionamos anteriormente, por ser uma nota em uma coluna, uma sobre vagas de emprego que selecionamos por intuição de que poderiam ter informações mais contextualizadas, mas ao abrir não identificamos essa característica, as outras 3 reportagens não foram selecionadas pois fazem parte de um especial e não as consideramos como um item a parte, seria necessário avaliar o conjunto, o que não é o objetivo deste trabalho. Sendo assim, 12 reportagens foram analisadas por meio de uma ficha de análise que consta no apêndice C desta monografia.

Das 12 reportagens analisadas, 11 são guiadas por dados e apenas 1 com dados ilustrativos. No gráfico a seguir vemos o tipo de base de dados utilizada nas reportagens.

Gráfico 1 – Tipos de bases de dados utilizadas pelo O Município



Fonte: Pereira (2018)

Em 6 reportagens os dados vêm de bases virtuais e públicas, em 3 são fornecidos por órgão/entidade/instituição, como prefeituras, secretarias, etc., em 2 foram levantados pelo próprio jornal por meio de pesquisa e em 1 não foi possível identificar porque não há texto, apenas um mapa interativo no qual as informações não tem fonte. Esse quadro apresenta uma diversidade na busca por dados e confirma o que foi dito pelos profissionais nas entrevistas. Buscam os dados em bases de dados públicas, como portais da transparência, mas também solicitam as informações por meio da Lei de Acesso à Informação. O jornal também vai além e os próprios repórteres fazem levantamento de dados por meio de pesquisa. Uma das reportagens analisadas é sobre a variação do preço do pão na cidade. Para levantar os dados o repórter ligou para diversas padarias a fim de levantar o preço do pão em cada uma.

Como O Município é um jornal do interior, seus conteúdos voltam-se mais para a região, então os dados são locais em todas as reportagens analisadas. Mesmo quando a

reportagem tratava das Eleições Estaduais 2018, os dados apresentados eram regionalizados. Em dez reportagens o dado é apresentado de forma contextualizada e apenas em duas apresenta-os de forma “crua”. Esse número mostra que o jornalismo guiado por dados no O Município é feito de forma consciente, o dado não é tratado apenas como um dado, mas sim como uma informação relevante que precisa ser explicada para a população.

Nas 6 reportagens com dados de bases de dados virtuais, o link de acesso a elas não é disponibilizado ao leitor. Além disso, apenas uma reportagem apresenta hiperlinks que trazem a memória. Essa reportagem é o mapa interativo que mencionamos anteriormente, nele estão contidas as informações de mortes no trânsito no ano de 2014, cada ponto no mapa é o local de uma morte. Ao clicar sobre o ponto, abre uma janela com os dados sobre o acidente e um link que remete à notícia publicada pelo jornal sobre aquele acontecimento. Esse conteúdo inclusive é o único que foi atualizado, porque o mapa foi publicado em maio de 2014 e atualizado conforme as mortes foram ocorrendo.

As demais reportagens não apresentam hiperlinks embutidos no texto, apenas entre parágrafos ou após o texto. Esses links são inseridos pelo assistente de conteúdo e direcionam principalmente à conteúdos do próprio site não relacionados ao tema e à página de classificados. O site também oferece opções de “Você já viu”, mas que não estava presente nas reportagens analisadas. Essas notícias são inseridas de modo automatizado pelo Wordpress, que entende notícias relacionadas por palavras-chave.

Dessa forma, das 12 publicações analisadas apenas em duas tem links de assuntos relacionados ao tema que direcionavam ao próprio site. Os hiperlinks são uma forma de memória, entretanto são pouco utilizados pelos repórteres, apesar de eles terem treinamento para o uso. O editor relatou que esse treinamento é recente, foi feito em 2017, e por isso ainda há falhas, mas que trabalham para corrigir.

Em entrevista, os repórteres afirmam que costumam utilizar materiais de arquivo quando a matéria é atualização de algum acontecimento ou então para lembrar ao leitor o que já foi dito sobre determinado assunto. Eles reconhecem que deveriam utilizar mais, mas na correria do dia a dia acabam não fazendo. Como identificamos apenas uma reportagem com hiperlink dentre as analisadas, consideramos que ainda há um longo caminho a percorrer no que tange a construção de conteúdos hipertextuais.

Além dos hiperlinks, o *tagging* também é uma forma de memória. Entretanto os conteúdos não são taguados, as *tags* são utilizadas apenas internamente e os usuários não têm acesso, por meio delas, aos conteúdos. A editoria Esporte tem seis *tags*, todas direcionam a conteúdos relacionados ao esporte de maneira genérica. A editoria de Política tem três *tags*

que levam a conteúdos genéricos da área política. Segundo o editor, o jornal não utiliza a técnica do *tagging* porque

O sistema do Wordpress foi construído para facilitar ao máximo que essas notícias sejam encontradas tanto dentro da busca do site quanto a partir das plataformas de pesquisa, porque uma porcentagem bastante significativa dos nossos acessos vem via Google. Então nós investimos muito em SEO, para que as notícias fossem elaboradas de forma que o Google fizesse uma leitura adequadas delas e que independente do trabalho do jornalista, a própria plataforma fosse boa para entender aquele conteúdo e distribuir ele (EDITOR, 2018).

Ele considera que o tagueamento está ficando para trás porque tem que taguear manualmente. Por isso acredita que pelo SEO a busca para o leitor é facilitada devido às palavras-chave.

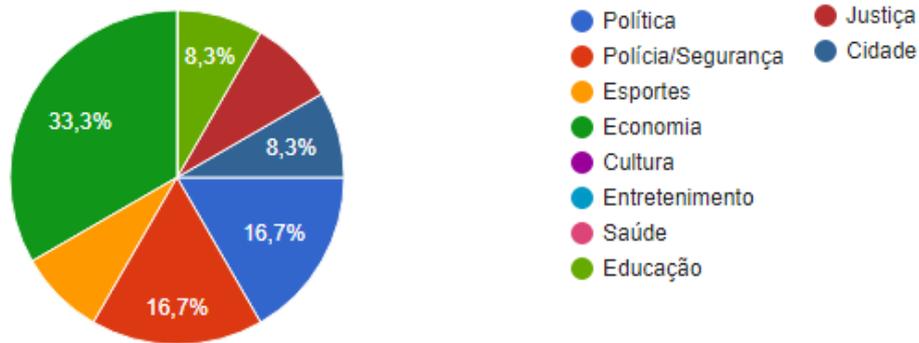
O tagueamento é feito de forma mais genérica, todas as notícias são tagueadas por editoria e por conteúdo especial, mas apenas os especiais e as editorias de Política, Esportes e Segurança têm uma home própria. A opção de tagueamento mais específico foi descartada pelo jornal porque “as pessoas não pesquisam notícias por essa lógica, não querem saber notícias por uma *tag* específica “guarda de trânsito”, elas procuram por um agrupamento um pouco maior de palavras” (EDITOR, 2018). Para ele, como o jornal é local, os temas são mais restritos, então acredita que não faz tanto sentido taguear especificamente.

Considerando que apenas três reportagens apresentam elementos sutis da memória, como os hiperlinks com assuntos relacionados, constatamos que tal característica não se faz presente nos conteúdos guiados por dados do O Município, o que prejudica a presença de outras características, como a interatividade e no próprio JD a contextualização dos fatos.

O jornal poderia utilizar tanto do recurso SEO, que conforme relatado é bastante eficaz, quanto a técnica do *tagging*. A partir das *tags* é possível criar categorias diferenciadas, como apresentamos no tópico 2.5.

Quanto ao conteúdo, apesar de a área com mais reportagens ser economia e ter assuntos de política também, o jornal se diferencia na variedade de temas: produziu uma reportagem com dados na área do esporte, duas na área de polícia/segurança, e as demais na área de justiça, educação e cidade. Isso aproxima O Município do modelo JBD e confirma o potencial de implementação da categoria Diversidade Temática (BARBOSA, 2008a).

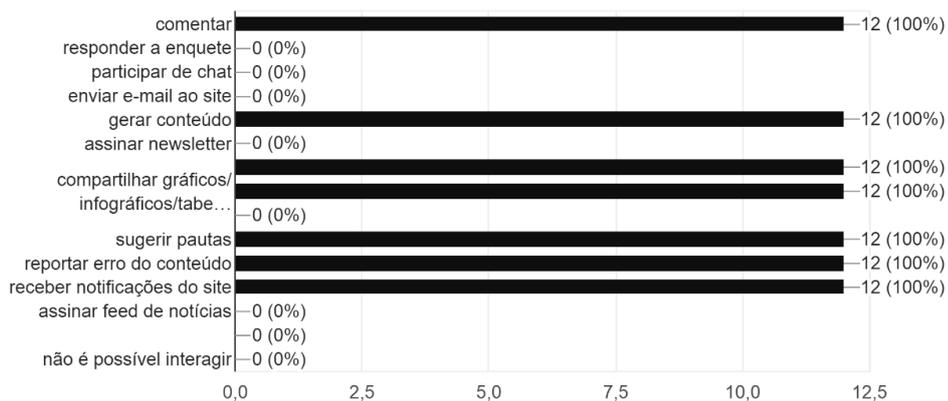
Gráfico 2 – Conteúdos das reportagens guiadas por dados



Fonte: Pereira (2018)

Há sete possibilidades de interação nas reportagens, conforme mostra o gráfico a seguir.

Gráfico 3 – A interatividade nas reportagens guiadas por dados



Fonte: Pereira (2018)

As sete formas de interação estão presentes em todas as reportagens. O quadro de comentários, conectado ao Facebook, não é utilizado pelos usuários, apenas em uma reportagem havia um único comentário e não houve resposta do jornal. As sugestões feitas pelos usuários, tanto de pauta quanto de correções, são recebidas no e-mail do jornal e respondidas em forma de reconhecimento e agradecimento (EDITOR, 2018).

De uns anos para cá, a palavra interativa começou a ser muito utilizada para tudo que envolve contato do leitor com o conteúdo produzido. Na minha opinião, foi banalizado de alguma forma. Se você for ver, vários conteúdos produzidos por vários veículos de comunicação, as vezes há um infográfico

por exemplo, em que a interatividade consiste em tu clicar e uma bolinha pular, e aquilo não tem exatamente uma função específica que possa ser chamada de interatividade, muito embora seja chamado de interativo (EDITOR, 2018).

Essa crítica feita pelo editor revela que há um entendimento amplo com relação a interatividade. Por isso, o editor reconhece que é preciso avançar muito, principalmente na construção de narrativas interativas, que podem originar a imersão do usuário na notícia, bem como a sua participação na construção da informação.

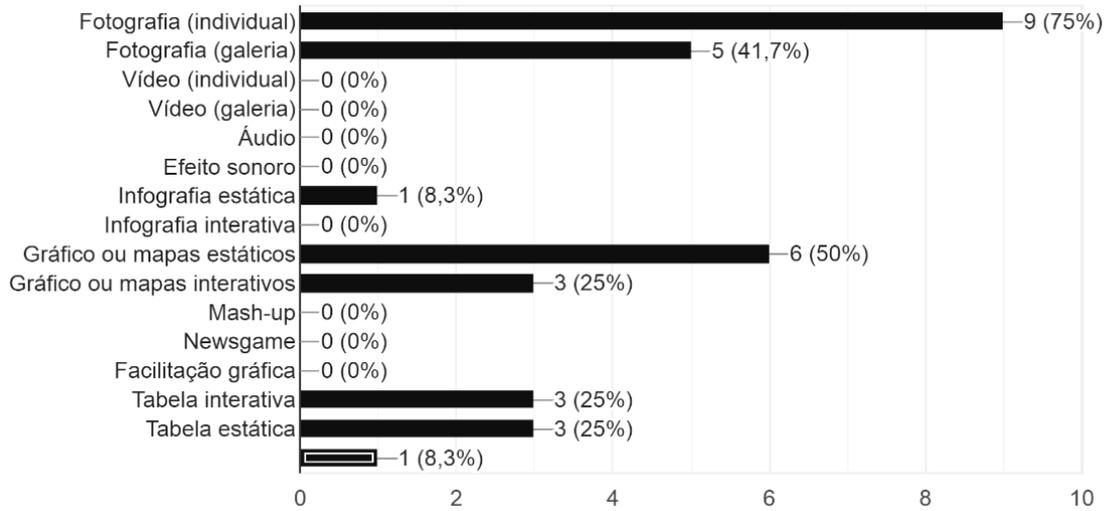
O jornal peca na característica de personalização, pois não oferta possibilidades. Não é possível nem aumentar ou diminuir a fonte. As editorias também não fornecem uma boa experiência, se o usuário se interessa por assuntos mais culturais, por exemplo, não consegue acessar todos os conteúdos sobre esse tema. É preciso fazer uma busca na caixa de pesquisa para encontrar o que deseja.

A geolocalização, que pode ser utilizada tanto para personalizar quanto para interagir e é um elemento do jornalismo de dados, não se faz presente no jornal. Essa característica pode ser um ponto a ser explorado pelo jornal, principalmente em conteúdos que englobam todas as cidades de abrangência do veículo. Com relação à ubiquidade, o único elemento investigado nesta análise foi a responsividade, que está presente em todos os conteúdos.

O tempo é um empecilho comentado pelos jornalistas nas entrevistas e o confirmamos nesta análise. Verificamos que quatro reportagens eram de cunho factual, entretanto foram publicadas de um a dois dias depois, é o caso de três reportagens, e uma nove dias depois. As outras oito reportagens são conteúdos atuais, mas que não demandam uma publicação rápida. Levando em conta que além da reportagem guiada por dados os jornalistas produzem outros conteúdos ao longo do dia, podemos considerar que a instantaneidade se faz presente no jornalismo guiado por dados, porque mesmo o jornalista levando tempo para produzir, as reportagens factuais foram publicadas de um a dois dias depois como, por exemplo, a publicação de uma reportagem dois dias após a divulgação dos dados pelo órgão oficial. Isso mostra que o uso do JGD no O Município não se limita a produção de especiais e é aplicado para o *hard News*.

O gráfico a seguir mostra os recursos multimídias utilizados nas reportagens.

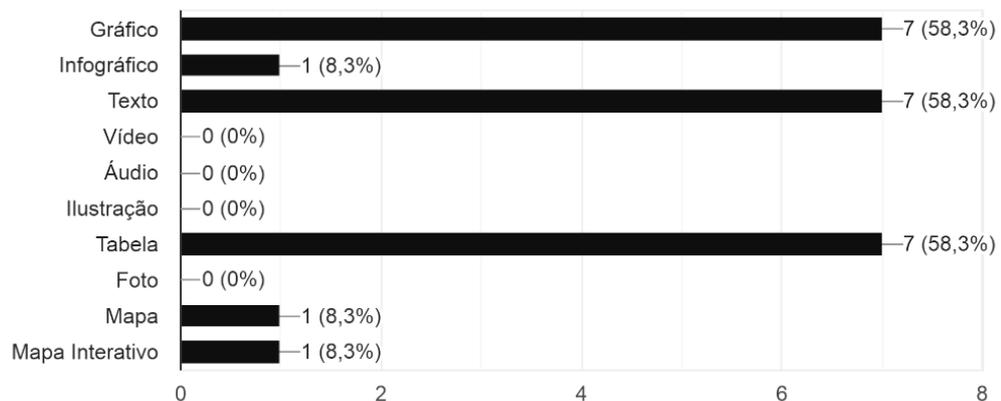
Gráfico 4 – Elementos multimídia nas reportagens guiadas por dados



Fonte: Pereira (2018)

São utilizados sete recursos multimidiáticos nas reportagens, sendo que a maioria tem a função de apresentar os dados, conforme apresenta o Gráfico 5. Apesar de ter uma variedade de elementos, o jornal não utiliza vídeo, áudio ou *mash up*. Utiliza principalmente gráficos e tabelas estáticos, mapas interativos e algumas tabelas interativas, nas quais a interação consiste apenas em alterar a ordem de apresentação dos dados, como do maior para o menor e vice-versa. Os recursos multimidiáticos poderiam ser explorados com mais afinco nas produções do jornal, como a inserção de áudios. É um elemento que não demanda muito tempo de preparação e como as entrevistas muitas vezes são gravadas, é possível utilizar a gravação.

Gráfico 5 – Formas de apresentação dos dados nas reportagens guiadas por dados



Fonte: Pereira (2018)

Os gráficos atendem à demanda das reportagens produzidas, apresentando os dados de forma simples aos usuários. O infográfico identificado na análise é estático e está de forma vertical, por causa da visualização vertical no celular, o que implica em rolar muito a página, o que pode cansar o usuário e fazê-lo desistir da leitura. Poderia ser interativo, de forma que o usuário pudesse navegar para onde quisesse, sem precisar rolar a página até encontrar o que quer visualizar.

As reportagens guiadas por dados no jornal O Município são bem produzidas, aproveitam os recursos que estão ao alcance dos profissionais, embora não apresente características simples, como a disponibilização da base de dados original para que o leitor possa acessá-la, ou o uso de hiperlinks.

Além disso, os dados utilizados nas reportagens são exclusivamente locais, o jornal busca apresentar informações relevantes para a sua comunidade, cumprindo com a sua função de jornal do interior.

4.7 O JORNALISMO GUIADO POR DADOS NA PRÁTICA

Durante o período de estágio no O Município a pesquisadora produziu reportagens guiadas por dados, para entender o processo de produção do Jornalismo Guiado por Dados (JGD) por meio da vivência diária. A experiência resultou nas observações feitas a seguir.

Na primeira reportagem, sobre as mortes no trânsito de Brusque nos primeiros sete meses do ano, os dados foram fornecidos pela Polícia Militar por meio de um relatório enviado por e-mail, após serem solicitados pela equipe. Um dado estava ausente no relatório, mas buscou-se entender a ausência do mesmo e foi identificado que a morte não havia sido contabilizada como de trânsito, informação confirmada depois pela PM, via e-mail. Se os dados estivessem em uma base de dados e fossem atualizados com frequência, tal empecilho não existiria. A falta de informatização, de atualização rápida dos dados e de regionalização das pesquisas interferem diretamente na produção do JGD, pois prejudicam o andamento da reportagem e muitas vezes podem impedir a finalização da mesma.

Para a análise dos dados, o editor orientou a visualização de algum ponto fora da curva para servir como direcionamento da reportagem, mas nenhum dado que se diferenciasse dos demais foi identificado e todos os dados receberam a devida importância.

Terminada a reportagem, no desenvolvimento da segunda pauta, sobre saúde, o DATASUS foi consultado. As informações pretendidas de início, de mortalidade, estavam desatualizadas, os últimos dados eram de 2016, portanto a pauta teve que ser modificada a fim

de utilizar dados recentes, encontrados no DATASUS na área de morbidade hospitalar. Verificamos que a base de dados poderia ter mais opções de cruzamento de dados. Também poderia ter a opção de extrair diversas tabelas a partir de uma só pesquisa.

Depois de finalizada a reportagem, o desafio foi encontrar novas pautas. A pesquisadora procurou na Web diversas bases de dados, mas teve dificuldade em encontrar alguma que tivesse informações atualizadas sobre a cidade.

Com essa dificuldade, a próxima pauta ficou para depois das Eleições 2018. Acessando o site do Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina é possível apurar a quantidade de votos que cada candidato fez por seção em cada cidade do estado, entretanto é disponibilizado por meio de um documento em formato PDF, o que dificulta o trabalho. Se as informações fossem disponíveis em uma base de dados, seria possível baixar tabelas, o que diminuiria o tempo de serviço.

Pelos apontamentos feitos até aqui, percebemos como as bases de dados certamente são dificuldades para os jornalistas, pois muitas vezes são desatualizadas, não tem informações locais e têm recursos escassos, o que torna a produção mais trabalhosa, contrariando a ideia de que as BDs servem para facilitar o processo.

A experiência da pesquisadora não é suficiente para traçarmos um perfil da prática do jornalismo guiado por dados, contudo nos permitiu verificar que é possível praticar o Jornalismo Guiado por Dados no O Município, desde que se tenha tempo e habilidade para lidar com as bases de dados. Para complementar as descobertas da experiência no estágio obrigatório, perguntamos aos repórteres sobre as bases de dados que eles costumam utilizar e quais as dificuldades e facilidades que eles têm.

Os repórteres podem sugerir pautas de JGD a qualquer momento, mas poucos enviam. Geralmente o editor é quem direciona as pautas de reportagens guiadas por dados aos repórteres, principalmente àqueles que tem mais afinidade com os dados.

Ao todo são 18 tipos de bases de dados listadas pelos repórteres, mas considerando que portais da transparência, bases oficiais e levantamentos feitos por órgãos ou empresas englobam mais de uma base, o número de bases acessadas pode ser bem maior.

Os tipos de bases acessadas pelos repórteres são: sistema do Departamento de Trânsito (DETRAN), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), portais da transparência de órgãos do governo, bases oficiais de governo, Diários Oficiais do Governo do Estado, do Governo Federal, do Ministério Público, do Poder Judiciário, do Tribunal de Contas, Fundação Estadual do Esporte (FESPORTE), Federação Catarinense de Futebol, Confederação Brasileira de Tênis (CTB), levantamentos feitos por órgãos ou empresas, banco

de dados do jornal, Justiça Eleitoral, tanto o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), quanto o Tribunal Regional Eleitoral (TRE), Câmara de Vereadores, portal de leis municipais, Comissão Nacional da Verdade. A maior dificuldade enfrentada pelos repórteres é o acesso aos dados. Segundo os relatos, existem bases de dados que são desorganizadas e outras que são complexas demais.

O repórter 1 conta que produziu uma reportagem com dados do Detran e a planilha “era mal organizada, não tinha os itens direitinho. Era uma tabela, tinha colunas que não tinham nome, então a gente não tinha como interpretar aqueles dados porque a gente não sabia o que eles queriam dizer” (REPÓRTER 1, 2018). Com essa dificuldade, procurou a Secretaria de Trânsito para auxiliar na interpretação dos dados, o que prejudica o processo porque tira a agilidade da produção e autonomia do repórter na análise das informações. Mas quando acessa outras bases de dados para outras altas como, por exemplo, o IBGE, considera fácil porque é bastante intuitivo.

Nos portais da transparência o empecilho é a falta de padrão, segundo o Repórter 2. “Cada órgão regulamenta internamente a sua transparência da forma que lhes convém. Isso acaba dificultando porque apesar de a Lei Federal determinar um padrão, não há um padrão. Então toda vez que você vai fazer uma pesquisa, antes de saber o que você quer, tem que fazer uma odisséia para descobrir o caminho” (REPÓRTER 2, 2018). O repórter 6 exemplifica a experiência:

Muitas vezes tu se bates um monte pra conseguir encontrar as informações, não são acessíveis, não é bem explicado. Tu queres achar o salário de um médico, por exemplo. Tu não consegues, não é fácil achar o salário base dele. Tu precisas olhar e comparar cada um para daí perceber, porque ali muitas vezes já vem o salário com adicional. Isso varia de prefeitura para prefeitura, não é padronizado. De modo geral em todas as bases de dados é isso daí (REPÓRTER 6, 2018).

Quando os repórteres não encontram o dado que estão procurando, solicitam ao órgão por meio da Lei de Acesso à Informação. O repórter 2 considera essa saída uma facilidade.

O repórter 3 diz que a Fesporte muitas vezes não tem os dados bem organizados. “Então eu transfiro os dados de um lugar para uma planilha que eu faço a mão para conseguir entender o que está acontecendo ali” (REPÓRTER 3, 2018). O repórter 7 também aponta a desorganização e inclui que as vezes as bases de dados têm dados incompletos. Outro problema identificado por ele é a formatação. “Às vezes o acesso aos dados está [...] em uma

formatação que eu não consiga fazer uma organização pelo item que eu quero, por data, por nome ou por valores” (REPÓRTER 7, 2018).

O repórter 6 comenta do sistema da Comissão Nacional da Verdade. “Eles compilaram uma série de documentos sobre a época da ditadura, que daí eles colocaram um sistema nacional e lá tu consegues procurar inclusive por cidade. É uma base de dados muito legal, mas é muito complicado de mexer. Eu tive que assistir a vários tutoriais no Youtube” (REPÓRTER 6, 2018).

Com isso, percebemos que o acesso às bases de dados é permeado por obstáculos como a dificuldade de acesso nas BDs, causada muitas vezes pela desorganização ou pelas complexidades dos caminhos, como a desatualização dos dados ou a falta deles. Com relação aos portais da transparência, falta uma fiscalização, por parte do poder público, do cumprimento da lei federal Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 que regulamenta o acesso a informações (BRASIL, 2011).

Depois de ter acesso aos dados, o que os repórteres fazem e quais os obstáculos? O repórter 1 diz não fazer nada complicado e que é tranquilo fazer um cruzamento de dados. O repórter 2 tem facilidade quando há um ponto fora da curva que é visível em um gráfico, mas quando não há grandes variações, fica mais difícil. “A maior dificuldade é quando não varia muito ou quando tem variações sutis, que eu não consigo identificar, nem por onde buscar qual é a informação daqueles dados que eu estou lendo” (REPÓRTER 2, 2018). Ele reconhece que falta um treinamento específico para identificar essas variações sutis nas bases de dados. “Às vezes ali também contém grandes reportagens, mas a gente não consegue achar” (REPÓRTER 2, 2018). O repórter 4 considera o tempo a maior dificuldade, porque é um processo demorado e com a correria do dia a dia não dá pra se dedicar o suficiente. Além disso, diz não gostar de matemática e tem dificuldade com os números. “Tenho que parar e ler várias vezes para conseguir entender” (REPÓRTER 4, 2018). Para o repórter 5, depois que se tem os dados, o trabalho é fácil, mas exige atenção. O repórter 6 considera que tem uma habilidade normal, porque nunca fez nenhum curso específico na área. “Não tenho nenhum conhecimento extra, por exemplo, em Excel, o que eu sei fui aprendendo mais ou menos. Talvez isso influencie no fato de demorar a achar as coisas” (REPÓRTER 6, 2018). O repórter 7 se considera com alguma habilidade, pois sabe para onde ir, onde buscar, o que procurar. “Eu posso levar um pouco mais de tempo dependendo do que eu estou pesquisando, mas acho que eu lido bem” (REPÓRTER 7, 2018).

Os repórteres 1, 3 e 4 relatam dificuldades na hora de fazer contas. Para não caírem no erro, recorrem ao computador. Eles utilizam sistemas online, como o Professor Cardy

(www.profcardy.com), que tem um serviço de calculadoras. O repórter 3 também faz contas na planilha do Excel por meio das fórmulas.

Apesar das dificuldades de acesso e de lidar com os dados por parte de alguns repórteres, o fator tempo é o que mais influencia na frequência de produção das reportagens guiadas por dados. Os repórteres 1, 4 e 5 costumam fazer poucas reportagens guiadas por dados. Só fazem quando o editor direciona esse tipo de pauta para eles. O Repórter 1 considera que o tempo é uma influência bem grande porque demanda um pouco mais de dedicação na análise dos dados e às vezes precisa finalizar a matéria rápido. Os repórteres 2, 3 e 6 são os que mais fazem produtos em que o dado é a razão da reportagem. Os repórteres 2 e 3 produzem cerca de 3 reportagens por mês e o Repórter 1 cerca de uma vez por mês. “Esse tempo decorre dos 20 dias por mais 10 dias que os órgãos públicos têm para repassar os dados que a gente não encontra” (REPÓRTER 2, 2018). E, além disso, depois que se têm os dados, a análise é demorada porque ele traça algumas hipóteses sobre os dados que são apresentadas à especialistas. Os repórteres 3 e 7 dizem que poderiam fazer com mais frequência, mas a falta de tempo acaba prejudicando, porque é um tipo de material que exige mais dedicação. Segundo o Repórter 3, o editor é bem compreensível com relação ao tempo:

Às vezes quando eu preciso, digo que a pauta vai ser maior e ele consegue me deixar mais dedicado só naquele dia. Mas ele como editor também precisa de produtividade, então também não coloca tanto isso na pauta quanto poderia, por causa do tempo (REPÓRTER 3, 2018).

O repórter 6 na época de eleição produz reportagens guiadas por dados quase que diariamente ou no mínimo 3 vezes na semana. Fora do período eleitoral, produz pelo menos uma vez na semana. Para ele, a produção é menor por causa da dificuldade do acesso aos dados. “Com certeza tem vários dados que poderiam virar pauta, mas como existe essa dificuldade em encontrar as informações, a pauta nem surge” (REPÓRTER 6, 2018).

O editor comenta que semanalmente procura ter uma matéria que surgiu a partir de uma pesquisa numa base de dados e que a frequência não é diária porque existem dois empecilhos. O primeiro é a falta de capacitação dos jornalistas de entender os dados. “Em vários momentos nós encontramos dificuldades no entendimento desses dados, aí nós procuramos profissionais para ajudar a gente a entender melhor” (EDITOR, 2018). O segundo empecilho é o tempo. Como o jornal tem um grande volume de notícias diariamente, não sobra tempo para o jornalismo guiado por dados que requer mais dedicação desde a pesquisa até a análise e apresentação. “Elas tomam muito mais tempo do que uma matéria que não envolve dados” (EDITOR, 2018).

Para melhorar o trabalho, o editor pretende realizar treinamentos de análise de dados com a equipe em 2019. Enquanto isso não ocorre, o jornal busca alternativas, como parcerias. “O que nós já fizemos até agora é uma relação próxima com o Observatório Social de Brusque, eles são especialistas em buscas de informações em bases de dados do poder público” (EDITOR, 2018). Percebemos um esforço do jornal em melhorar a prática do jornalismo guiado por dados, o que soa bastante positivo.

Por outro lado, o mais comum na redação é a utilização dos dados para ilustrar uma notícia ou reportagem. Os repórteres diariamente tentam inserir algum dado para incrementar a informação, com exceção dos Repórteres 4 e 7 que raramente fazem. O Repórter 1 comenta que insere dados para fortalecer a informação. “Toda vez que tem algum número ou alguma informação que possa ser tabelada ou colocada em gráfico, eu retiro ela do texto e coloco de forma ilustrativa na reportagem” (REPÓRTER 2, 2018). Para o repórter 3, o dado é uma forma de contextualizar. “Você sempre precisa fazer uma matéria, essa matéria precisa ter um sentido, e pra você dar um sentido e fazer com que o leitor entenda o que você quer dizer, muitas vezes o dado é importante” (REPÓRTER 3, 2018). O Repórter 5 utiliza box, tabelas e outros elementos gráficos porque considera que dão mais leveza para o texto. “As pessoas gostam, é uma forma diferente da pessoa tentar entender aquele contexto” (REPÓRTER 5). O repórter 6 gosta de citar algum fato para dar um panorama, principalmente relacionado a questões históricas. “Por exemplo, eu gosto de colocar coisas do IBGE. Se estou fazendo uma matéria e cito Brusque na década de 90, na medida do possível tento citar lá que de acordo com o IBGE, em 1992, Brusque não tinha 132 mil habitantes, tinha, sei lá, 50 mil” (REPÓRTER 6, 2018).

O repórter 4, apesar de gostar de inserir dados para ilustrar, não o faz tanto porque às vezes é difícil conseguir o dado e na correria acaba deixando de procurar. E o repórter 7, quando usa um dado ilustrativo, procura inserir para dar uma perspectiva ao leitor numa espécie de valor-tempo, “para que as pessoas tenham noção se o que eu estou falando é algo muito grande ou muito pequeno” (REPÓRTER 7, 2018).

Depois de coletar e analisar os dados, é preciso apresentá-los. Isso pode ser feito de diversas maneiras, como gráficos, infográficos e tabelas. Todos os repórteres sabem criar, mesmo que de forma básica. Utilizam plataformas online, como o Infogram, que é a ferramenta utilizada pelo jornal. Mas geralmente esses elementos são estáticos e o jornal não aproveita de recursos mais interativos, apesar de haver algumas tentativas com mapas, conforme apresentamos no tópico anterior. Desta forma, a apresentação dos dados fica limitada a uma fase bastante inicial da terceira geração do webjornalismo.

Notamos que os repórteres têm compreensão do uso de bases de dados na produção de uma reportagem e noções de visualização dos dados. Existem as ferramentas de trabalho, mas na rotina falta tempo para produzir reportagens guiada por dados e a atividade acaba muitas vezes ficando em *stand by*. Somado a isso encontra-se o empecilho de muitas vezes as bases de dados não têm dados locais, contêm informações desatualizadas ou são de difícil acesso.

A partir de tudo o que vimos até aqui, percebemos que o jornal O Município aplica 9 das 18 funcionalidades do Modelo JBD proposto por Barbosa (2008a).

FUNCIONALIDADE	APLICA?	DE QUE FORMA?
Indexar e classificar as peças informativas	Não	
Integrar os processos de apuração, composição e edição dos conteúdos	Sim	Ferramenta Trello e da plataforma Wordpress
Conformar padrões novos para a construção das peças informativas	Não	
Agilizar a produção de conteúdos, em particular os de tipo multimídia	Não	
Propiciar categorias diferenciadas para a classificação externa dos conteúdos	Não	
Estocar o material produzido e preservar os arquivos (memória), assegurando o processo de recuperação das informações	Sim	Plataforma Wordpres e servidor interno
Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo	Sim	Pesquisa em material de arquivo
Garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos	Sim	Oferta de notícias pelo Wordpress de forma mecânica
Gerar resumos de notícias estruturados e/ou matéria de modo automatizado	Não	
Armazenar anotações semânticas sobre os conteúdos inseridos	Não	
Habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento	Não	
Ordenar e qualificar os colaboradores e “repórteres cidadãos”	Não	
Orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos	Sim	Acesso a bases de dados para consulta; Utilização do Trello
Regular o sistema de categorização de fontes jornalísticas	Sim	Planilha no Google Drive
Sistematizar a identificação dos profissionais na redação	Sim	Informações armazenadas pelo Wordpress
Cartografar o perfil dos usuários	Sim	Google Analytics
Transmitir e gerar informação para dispositivos móveis	Sim	Conteúdo responsivo propiciado

		pelo Wordpress
Implementar publicidade dirigida	Não	

Quadro 3 – Funcionalidades do Modelo JBD aplicadas pelo jornal O Município

Quadro 3 – Funcionalidades do Modelo JBD aplicadas pelo jornal O Município

No capítulo 2 apresentamos 21 características do webjornalismo de quarta geração listadas por Barbosa (2008a, 2008b). Desta lista, encontramos sete características no O Município: acesso por meio de conexões banda larga, crescimento de plataformas móveis, site dinâmico, narrativa multimídia, novos elementos conceituais para a organização da informação, mineração de dados e adoção de recursos da Web 2.0. Este último deveria ser feito de forma ampla, mas o jornal ainda não aproveita plenamente as potencialidades da web.

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Esta monografia partiu da pergunta “como o jornalismo em base de dados é praticado no jornal O Município?”. Para responder esse questionamento percorremos inicialmente uma discussão teórica envolvendo as características do webjornalismo e do jornalismo de dados, para em seguida analisarmos o veículo por meio da observação de campo, entrevista estruturada com os profissionais e análise de reportagens guiada por dados.

Após o cumprimento de todos os objetivos, conseguimos a resposta para a pergunta inicial: o jornalismo em base de dados é praticado pelo jornal O Município utilizando 9 funcionalidades do modelo Jornalismo em Base de Dados e a partir da prática do Jornalismo Guiado por Dados e apresenta sete características do webjornalismo de quarta geração.

Consideramos que O Município caminha simultaneamente na terceira e quarta geração do webjornalismo, pois apesar de conter alguns aspectos do webjornalismo 4G, ainda não aplica plenamente as características da web em seu conteúdo.

O jornalismo de quinta geração, que discutimos no capítulo 3, ainda é uma realidade distante, pois nela todos os meios estruturados pela tecnologia digital, assim como as práticas e produtos jornalísticos. Ou seja, o jornalismo é feito a partir da horizontalidade e do conceito da convergência. Nesta fase, as bases de dados devem ser aplicadas em sua totalidade, por isso não acreditamos que a quinta geração esteja próxima do veículo.

Para se inserir efetivamente na quarta geração e seguir rumo à quinta, o jornal pode adotar outras características como: equipes mais especializadas, sistemas de participação do usuário na produção da notícia, utilização de recursos como RSS (*Really Simple Syndication*), utilização de *tags* nas publicações e na documentação de informações e maior integração do material de arquivo nos produtos.

A especialização da equipe é a chave para o desenvolvimento das outras características. O conhecimento dos profissionais da redação com relação às bases de dados e o jornalismo de dados é intuitivo e restringe-se ao jornalismo guiado por dados, no qual o dado é a razão de uma reportagem. Portanto, os jornalistas não têm uma percepção ampla das potencialidades das BDs no Jornalismo. Apesar disso, essa visão não prejudica a inserção das funcionalidades do modelo Jornalismo em Base de Dados porque são aplicadas, mesmo que de forma inconsciente. Se a equipe passar por um treinamento relacionado ao uso de bases de dados no Jornalismo em todas as etapas de produção, a rotina será otimizada. Além do mais, a produção de uma reportagem guiada por dados pode ser acelerada a partir do domínio das ferramentas.

Das funcionalidades aplicadas pelo jornal, destacamos a integração entre os processos e a equipe por meio do Trello, que é uma funcionalidade elogiada por todos os repórteres e que atua positivamente na rotina produtiva facilitando o trabalho. Além disso, o Trello vai ao encontro de Santi (2009), o qual diz que no webjornalismo de quarta geração o ideal é utilizar uma única BDs em toda a produção. A planilha no Excel é outra funcionalidade elogiada, embora possa ser melhorada, fazendo melhor uso dos recursos do Excel para a estruturação das informações e a utilização do Google Analytics é bastante importante para o processo de mensuração.

Entre as demais funcionalidades do modelo JBD, o veículo pode utilizar as bases de dados para: dar suporte na apresentação das informações, como na construção de narrativas interativas, com recursos do hipertexto, e propiciar categorias diferenciadas no site. Acreditamos que as demais funcionalidades demandam tecnologias que não estão ao alcance do jornal.

Quanto às características do webjornalismo, a multimídia consiste apenas na utilização de texto, fotos, ilustrações, gráficos e tabelas. Recursos como vídeo e áudio não estão presentes nos conteúdos. A interatividade se resume a sugerir correções e pautas, enviar conteúdo, comentar e compartilhar. A hipertextualidade é mais utilizada entre parágrafos e não há links embutidos no texto para dar contexto, apesar de os repórteres terem treinamento para a utilização de hiperlinks. A instantaneidade se faz presente nos conteúdos guiados por dados, mas conteúdos sem dados são mais instantâneos. A memória no site é pouco explorada porque a busca por conteúdos antigos acontece mais por meio de pesquisa na caixa de busca, já que a técnica do *tagging* não é utilizada. Quanto à ubiquidade, os conteúdos são responsivos, mas outros recursos como a geolocalização não são utilizados, o que seria interessante considerando que o jornal tem abrangência em quatro cidades.

Acredito que as 7 características do webjornalismo não são exploradas em sua potencialidade plena, fazendo com que ele ainda precise ser mais desenvolvido. Ainda que as características da multimídia, interatividade, hipertextualidade, instantaneidade, memória e ubiquidade se façam presentes, não são aproveitadas como deveriam ser nessa quarta geração. Todavia, me parece que ao mesmo tempo em que isso ocorre, o veículo – que é inicialmente impresso – caminha para conseguir um webjornalismo mais “avançado” uma vez que já apresenta princípios do JD.

No futuro, o jornal presente investir em personalização, a única característica do webjornalismo ausente no momento. O investimento é válido, ainda mais neste cenário no qual o leitor está mais exigente e atento às atividades jornalísticas, e as informações coletadas

pelo Google Analytics serão úteis na identificação dos interesses dos usuários e no desenvolvimento das estratégias.

Partimos da hipótese de que o jornalismo de dados era pouco utilizado no O Município devido à falta de domínio das técnicas que envolvem a prática e também a falta de tempo para pesquisar, processar e apresentar os dados. Tal pensamento foi refutado, pois consideramos que apesar de não utilizar com plenitude as potencialidades oferecidas pela web e pelas bases de dados, O Município é um jornal desenvolvido no modelo Jornalismo Digital em Base de Dados, pois ainda que não aplique todas as funcionalidades, o veículo utiliza as que estão ao seu alcance por meio de ferramentas que suprem as necessidades de forma eficiente na rotina produtiva.

Por ser um jornal do interior que veio do impresso e ingressou na Web em 2005, concluímos que O Município está se consolidando no meio e se adequando ao Jornalismo em Base de Dados.

Esta pesquisa terá continuidade a partir da análise da produção jornalística em bases de dados em outros veículos do interior, para compilar as práticas de cada jornal, com o objetivo de estudar de forma ampla a aplicação das bases de dados na rotina produtiva jornalística. Além disso, sugerimos como pesquisa a recepção do público quanto a Jornalismo Guiado por Dados e o custo benefício do desenvolvimento do Jornalismo de Dados.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Suzana. **Bancos de Dados: agentes para um webjornalismo inteligente**. In: CD-ROM V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, FACOM/UFBA, Salvador/Bahia. 2004a.
- BARBOSA, Suzana. **Banco de Dados como metáfora para o jornalismo digital de terceira geração**. Anais VI Lusocom,(CDROM), Covilhã, Portugal, 2004b.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: Labcom, 2007a.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2007. 331 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível em: <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/112>>. Acesso em: 02 jul. 2018.
- BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz. **Mapeamento conceitual e metodológico preliminar sobre as bases de dados no ciberjornalismo**. Artigo apresentado no I Colóquio Internacional Brasil-Espanha sobre Cibermeios. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador (Brasil), v. 3, 2007.
- BARBOSA, Suzana Oliveira. **Jornalismo Digital em Ambientes Dinâmicos**. Propriedades, Rupturas e Potencialidades do Modelo JDBD. Observatorio (OBS*), v. 2, n. 1, 2008a.
- BARBOSA, Suzana. **Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração**. Periodismo Web, v. 2, p. 271-283, 2008b.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis, Covilhã, PT, Livros LabCOM, p. 33-54, 2013.
- BRUSQUE MEMÓRIA. **Primeira Edição do Jornal O Município**. Brusque, s.d. Disponível em: <https://www.brusquememoria.com.br/acervo-imagem/949> Acesso em: 28 out. 2018.
- CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo regional: proximidade e distâncias**. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal, Covilhã: UBI, Livros LabCom, 2012.
- CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. Comunicação e Sociedade, v. 9, n. 10, p. 113-119, 2012.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. 2014.

CARREIRA, Krishma Anaísa Coura. **Notícias automatizadas: A evolução que levou o jornalismo a ser feito por não humanos**. 2017. 207 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1671>>. Acesso em: 18 out. 2018.

DEUZE, Mark; BARDOEL, Jo. **Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism**. 2001.

GEHLEN, Marco Antônio. **Jornalismo de (im) precisão: o conhecimento matemático e a apuração de números**. 2016.

LIMA, Soraia. Jornalismo de Dados no Brasil: Tendências e desafios. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Org.). **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 279-298.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. *Webjornalismo*, v. 7, p. 137-158, 2014.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. 2003. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaço-jornalistas.pdf>> Acesso em 20 mar. 2018.

MACHADO, Elias. **A Base de Dados como formato no Jornalismo Digital**. Actas do VII Lusocom. Covilhã: Universidade Beira Interior, p. 301-310, 2005.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. **Jornalismo de Dados: conceito e categorias**. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 18, n. 1, p. 69-82, 2016.

MENDES, Sílvia. **Comunidade e memória no jornal do interior: um estudo sobre o Linha Popular em Camboriú**. 2014. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/129266>>. Acesso em: 28 out. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. In: Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa. 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2004.

O Município lança novo site com evento no Hotel Innovare. **O Município**, Brusque (SC), 14 mar. 2017. Disponível em: <<https://omunicipio.com.br/o-municipio-lanca-novo-site-com-evento-no-hotel-innovare/>>. Acesso em: 21 out. 2018.

PALACIOS, Marcos et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Trabalho apresentado no Seminário da REDECOM, UFBA, Salvador <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf, 2002.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **por António Fidalgo 1 Apresentação por António Fidalgo e Paulo Serra 7 A transmissão da informação e os novos mediadores por Joaquim Paulo Serra 13**, p. 75, 2002.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital em Webjornalismo- 7 características que marcam a diferença. Organizado por Canavilhas, João. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom. 2014.

PALOSCHI, Andrei. **A transição da mídia impressa para a digital no jornal Município Dia a Dia, de Brusque (SC), perante os diários catarinenses**. 2014. 52 f, il. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2014. Disponível em: <http://www.bc.furb.br/docs/MO/2014/356622_1_1.pdf>. Acesso em: 11 set. 2018

PAVLIK, John. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. Webjornalismo, v. 7, p. 159-184, 2014.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo em tempos de mudanças estruturais**. In Texto, Porto Alegre, v. 1, n. 24, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na Web-considerações sobre modelos narrativos. **ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO-SBPJor**, v. 2, 2004.

RODRIGUES, Kelly De Conti. **Jornalismo de Dados: influência da construção narrativa no agendamento midiático**. In: Ciências da Comunicação: Circularidades Teóricas e Práticas acadêmicas. (Org.s) BULHÕES, Marcelo; MORAIS, Osvando J. Sarapuí: OJM Casa Editorial, 2015.

ROST, Alejandro et al. **Interatividade: Definições, estudos e tendências**. Webjornalismo, v. 7, p. 53-88, 2014.

SANTI, Vilso Junior. **O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração**. Revista ECO-Pós, v. 12, n. 3, 2009. Disponível em <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/939/879> Acesso em 20 mar. 2018.

SCHWINGEL, Carla. Jornalismo digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no jornalismo digital. Anais do XIV Compós, 2005.

SELIGMAN, Laura; BUSNARDO, Guilherme Felipe. **Longe demais das capitais – qualidade editorial em jornais de Santa Catarina**. Trabalho inscrito para o GT

Comunicação e Sociedade, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM, 2015. Disponível em: http://www.enpecom.ufpr.br/arquivos-2015/ANAIS_VII_ENPECOM.pdf Acessado em: 28 de outubro de 2018.

TOLEDO, José Roberto de. **Reportagem Assistida por Computador (RAC) e jornalismo investigativo**. In: SOBRENOME, CHRISTOFOLETTI, Rogério; KARAM, Francisco José (orgs.). **Jornalismo investigativo e pesquisa científica: fronteiras**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2015, p. 15-20.

TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 11, n. 1, p. 291-304, 2014.

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com o editor

As bases de dados podem ser utilizadas nas etapas de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção. As perguntas deste questionário são direcionadas à estas etapas a fim de identificar o jornalismo de dados na rotina produtiva do jornal.

Seção 1 – As perguntas a seguir se referem a etapa de pré-produção.

1. O que você entende por base de dados?
2. E o que seria o jornalismo de dados pra você?
3. Como que está organizado o sistema de produção do veículo? Quais elementos utilizados pelo jornal são considerados como base de dados?
4. Vocês utilizam o Trello como um instrumento de organização. Como surgiu essa ideia e como que a ferramenta é utilizada?
5. E todo mundo tem acesso a todas as informações armazenadas lá ou tem alguma que é restrita, por exemplo pra só você olhar, ou só o repórter olha só a individual dele?
6. Com que frequência vocês utilizam bases de dados como instrumento de pesquisa na elaboração de uma pauta? Isso acontece de uma forma mais isolada ou quando tem uma ideia e vai lá e pesquisa?
7. Com o tempo, dá pra colocar ao invés de semanalmente, diariamente ou existe algum empecilho pra que isso não seja feito de forma mais frequente?
8. E vocês têm buscado ou tem planejado alguma capacitação com relação ao jornalismo de dados?
9. As fontes estão organizadas em uma planilha no Google Drive. Desde quanto essa sistematização é feita e como surgiu a ideia? E ela é atualizada com que frequência e com quais informações?
10. E está estruturado de que forma?

Seção 2 – As perguntas a seguir se referem a etapa de produção.

1. Como você indexam o material, tipo vídeos, fotos, infográficos, utilizados nos produtos jornalísticos, ou seja, onde que esses materiais são armazenados?

2. A plataforma do Wordpress é onde o site do jornal está hospedado. Como que funciona a alimentação das páginas e como vocês a utilizam pra integrar a equipe, como na comunicação entre repórteres e diagramadores?
3. Quando o material de arquivo é utilizado para dar contexto em novos produtos?
4. E como que são inseridos os links no site, por exemplo aqueles que tem no meio da matéria, ou aquele que tem no lado “Você já viu”, são colocados manualmente ou de modo automatizado?
5. As informações recolhidas durante uma produção ou até mesmo o produto pronto, são armazenadas em outro lugar além do site e se sim, como/onde e por que é feito isso?
6. Como funciona o servidor interno e quais informações estão armazenadas? Como é o acesso a ele pela equipe?

Seção 3 – As perguntas a seguir se referem a etapa de disponibilização/circulação.

1. O veículo tem alguma experiência com narrativas interativas? Se sim, as bases de dados são utilizadas como suporte para essas narrativas?
2. Como funciona o sistema de tagueamento do site, das notícias e como que funciona o modo de busca, se tem algo por *tags*?
3. A partir do tagueamento que é feito internamente nas matérias, são criadas categorias diferenciadas no site? Se sim, quais? Se não, por quê?
4. E aquela questão das notícias relacionadas, que é feito de modo automatizado, isso é feito por meio das *tags* colocadas internamente ou por palavras chaves?

Seção 4 – As perguntas a seguir se referem a etapa de consumo.

1. Como o acesso dos usuários aos conteúdos do veículo é mensurado? Como vocês controlam o acesso?
2. Qual é o perfil do usuário, o acesso mais comum, que tipo de informação que é mais acessada?
3. Essas informações de acesso, qual a finalidade delas? É utilizado para melhorar o serviço ou criar novas pautas, pra publicidade dirigida?

4. Com relação do relacionamento do usuário com o jornal durante o consumo, quando o usuário envia uma sugestão de conteúdo, ou sugere uma correção na matéria, essas informações vão pra onde?

Seção 5 – As perguntas a seguir se referem a etapa de pós-produção.

1. Como são feitas as buscas pelo material armazenado?
2. Como é feito o planejamento de novas publicações e se esse planejamento é utilizado, por exemplo, pela mensuração das antigas publicações como a gente já falou, pelas informações retiradas do Analytics?
3. Os dados dos repórteres ficam armazenados em algum lugar e de que forma isso é utilizado?

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista com os repórteres

As bases de dados podem ser utilizadas nas etapas de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção. As perguntas desta entrevista estruturada são direcionadas à estas etapas a fim de identificar o jornalismo de dados na rotina produtiva do jornal.

Seção 1 – As perguntas a seguir se referem a etapa de pré-produção.

1. O que você entende por base de dados?
2. E o que seria o jornalismo de dados pra você?
3. De que forma você acha que as bases de dados podem ser utilizadas na pré-produção do material jornalístico? E como você as utiliza?
4. Você já fez algum tipo de treinamento relacionado a jornalismo de dados? Se sim, qual? Se não, teria interesse?
5. As fontes jornalísticas estão inseridas em uma planilha no Excel. Você acha que o armazenamento das fontes poderia ser melhorado de alguma forma? Se sim, como? Se não, por quê?
6. Quais as suas considerações sobre a utilização do Trello para a organização e distribuição das tarefas? Você acha que isso poderia ser melhorado de alguma forma? Se sim, como? Se não, por quê?

Seção 2 – As perguntas a seguir se referem a etapa de produção.

1. Para quais finalidades você utiliza bases de dados na produção de um material jornalístico?
2. Quando você utiliza material de arquivo do jornal para dar contexto em novos produtos?
3. Você costuma guardar informação que podem ser utilizadas futuramente? Onde você armazena?
4. Quais bases de dados você costuma utilizar para produzir reportagens com dados?
5. Quais dificuldades e facilidades você enfrenta ao utilizar uma base de dados na produção de uma reportagem?
6. Com que frequência você faz uma reportagem guiada por dados? (O dado é a razão da reportagem). Essa frequência está relacionada com as dificuldades? Tem algum outro fator que influencie?

7. Com que frequência você usa dados para ilustrar uma notícia? Existe alguma razão para essa frequência?
8. Como é a sua rotina de produção?

Seção 3 – As perguntas a seguir se referem a etapa de disponibilização/circulação.

1. Você sabe criar infográficos? Com que frequência você os utiliza em algum produto?

Seção 4 – As perguntas a seguir se referem a etapa de consumo.

1. Você tem acesso às informações de acesso do jornal medidos pelo Google Analytics? Se sim, você as utiliza para pensar novas pautas que sejam do interesse dos usuários?

Seção 5 – As perguntas a seguir se referem a etapa de pós-produção.

1. As suas produções são armazenadas pelo jornal? Como você faz para acessar suas produções antigas?
2. O Wordpress armazena informações da quantidade de publicações que você fez. Quando você recebe esse feedback, para que as utiliza?

APÊNDICE C – Ficha de análise²

Link:	
Dia:	Autor:
Título:	

1. É uma reportagem:

- a) Guiada por dados
- b) Dados ilustrativos

1.1 Utiliza dados

- a) de bases virtuais e públicas
- b) de bases com acesso privado
- c) fornecidos por órgão/entidade/instituição
- d) não foi possível identificar

Se a resposta a questão anterior for a alternativa a, responda:

1.2 O banco de dados é disponibilizado ao usuário por meio de link?

- a) sim
- b) não

2. Os dados são apresentados em forma de:

- Gráfico
- Infográfico
- Texto
- Vídeo
- Áudio
- Ilustração
- Tabela
- Foto

3. Os dados são apresentados de forma:

- a) crua

² Ficha produzida com base em Barbosa (2008a, 2008b), Canavilhas (2001; 2012; 2014), Palácios et al (2002), Palácios (2002; 2014) e na tese “Jornalismo Digital e Novas Tecnologias: estudo de gêneros e formatos nos principais sites jornalísticos brasileiros, da prof^a Dra. Clarissa Josgrilberg Pereira.

b) () contextualizada

4. Os dados são:

- a) () locais
- b) () estaduais
- c) () nacionais

5. Conteúdo:

- Política
- Polícia/Segurança
- Esportes
- Economia
- Cultura
- Entretenimento
- Saúde
- Educação
- Outros _____

6. Fontes:

- nenhuma
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

HIPERTEXTUALIDADE

1. O texto:

- a) [] não possui links
- b) [] contém links embutidos no texto
- c) [] possui links entre parágrafos
- d) [] possui link após o texto

Inserir a quantidade de links da questão anterior

Se a alternativa b da questão anterior foi marcada, responda:

2. Os links embutidos vão (responder com números na frente de cada alternativa):

- para textos relacionados ao tema do próprio site

- para textos relacionados ao tema de outro site
- para material multimídia relacionado ao tema e produzido pelo próprio site
- para material multimídia relacionado ao tema e produzido por outro site
- para sites institucionais e fontes oficiais citadas na matéria
- para sites pessoais de personagens citados na matéria
- para documentos relacionados ao assunto disponíveis em outros sites
- para conteúdos não relacionados ao tema de outro site
- para páginas gerais do próprio site
- para páginas publicitárias
- para outras páginas _____

2.1 informar a quantidade de links da questão anterior

Se a alternativa c e/ou d da questão 6 foi assinalado responda:

3. Os links externos vão para: (responder com números na frente de cada alternativa):

- conteúdos relacionados ao tema do próprio site
- conteúdos não relacionados ao tema do próprio site
- conteúdos sugeridos com base na navegação do usuário
- páginas gerais do próprio site
- conteúdos relacionados ao tema fora do site
- conteúdos não relacionados ao tema fora próprio site
- páginas publicitárias
- outras páginas _____

3.1 informar a quantidade de links da questão anterior

MEMÓRIA

1. Há *tags* disponíveis no conteúdo?

- sim () quais? _____
- não

2. Há indicação se a narrativa parte de algum fato anteriormente publicado?

sim

não

3. Os hipertextos embutidos no texto presentes no conteúdo trazem a memória?

sim

não

não há links embutidos no texto

4. Os hipertextos presentes fora do conteúdo trazem a memória?

sim

não

MULTIMÍDIA

1. O texto utiliza algum recurso multimídia? (preencher com a quantidade de vezes que cada recurso foi utilizado)

Fotografia (individual)

Fotografia (galeria)

Vídeo (individual)

Vídeo (galeria)

Áudio

Efeito sonoro

Infografia estática

Infografia interativa

Gráfico ou mapas estáticos

Gráfico ou mapas interativos

Mash-up

Newsgame

Facilitação gráfica

Outro _____

1. 1 Informar a quantidade de recursos da questão anterior

1.2 Algum dos recursos acima predomina no conteúdo mais que o texto?

sim _____

não

QUANTO AO TEXTO

1. Quantidade de parágrafos:

1 a 2

3 a 4

5 a 6

7 a 8

9 a 10

11 a 12

13 a 14

Acima de 15

Não há texto

PERSONALIZAÇÃO

1. O recurso da geolocalização está presente na notícia?

sim

não

1.1 Se a resposta anterior foi sim explique como:

2. Na notícia é possível alterar

não há possibilidade de alteração

tamanho de fonte

cor de fundo

modo de visualização

informação

outro: _____

UBIQUIDADE

1. O conteúdo é responsivo?

- sim
- não

INTERATIVIDADE

1. No conteúdo ou a partir da página dele é possível (marcar quantas alternativas for necessário)

- comentar
- responder a enquete
- participar de chat
- enviar e-mail ao site
- gerar conteúdo
- assinar newsletter
- compartilhar o conteúdo por meio de redes sociais e e-mail
- compartilhar gráficos/infográficos/tabelas
- arquivar o conteúdo
- sugerir pautas
- reportar erro do conteúdo
- receber notificações do site
- assinar feed de notícias
- navegar no banco de dados utilizado na reportagem
- não é possível interagir

2. O conteúdo é originário de alguma interação, sugestão, postagem do usuário?

- sim
- não

3. Nos comentários há algum feedback do veículo?

- sim, resposta padrão
- sim, resposta individualizada
- não
- não há comentários
- não há espaço para comentar

INSTANTANEIDADE

1. O conteúdo possui alguma transmissão ou cobertura ao vivo?

sim

não

não é um conteúdo factual

2.O conteúdo foi publicado no dia em que aconteceu o fato?

sim

não

não é um conteúdo factual

Se a resposta a questão anterior for não, responda:

2.1 Foi publicado quantos dias depois do fato? _____

3. O conteúdo foi atualizado/editado?

sim

não

GLOSSÁRIO

Base de dados ou banco de dados (BDs): Conjunto de arquivos, dados e informações disponível de preferência em um sistema que acesso público.

Big Data: Conjunto de grande volume de dados gerados a todo momento

Data mining: Em tradução literal significa mineração de dados. Consiste na exploração dos dados e no cruzamento dos mesmos a fim de identificar padrões, associações, etc.

Extensible Markup Language (XML): Em tradução literal significa Linguagem de Marcação Extensível utilizada para criar “documentos com dados organizados hierarquicamente”,³ como textos, bancos de dados, etc.

Geolocalização: A localização geográfica de determinado indivíduo a partir de coordenadas enviadas a partir de recursos como o *Global Positioning System* (GPS).

Google Analytics: Serviço do Google que gera estatísticas de visitação em determinado site.

Google Drive: Serviço do Google que armazena arquivos.

Hypertext Markup Language (HTML): Em tradução literal significa Linguagem de Marcação de Hipertexto. É uma linguagem de programação na Web.

Infogram: Ferramenta para trabalhar a visualização de dados criando gráficos, infográficos e mapas.

Jornalismo de Dados (JD): Significa utilizar bases de dados da pré a pós-produção jornalística, convergindo os campos.

Jornalismo Guiado por Dados (JGD): Significa buscar, analisar e cruzar dados para descobrir informações.

Lei de Acesso a Informação: Regulamenta o acesso do cidadão a informações do Governo.

Mash-ups: É uma aplicação para combinar dados de diversas fontes.

Metadados: São dados sobre outros dados, ou seja, são todas as informações sobre determinado dado.

Modelo Jornalismo em Base de Dados: Define a utilização de bases de dados no Jornalismo por meio de funcionalidades e categorias.

Really Simple Syndication (RSS): É uma forma de distribuir informações na Internet por meio da linguagem XML.

Reportagem Assistida por Computador (RAC): É produzida a partir de ferramentas disponíveis na Web, utilizando-as para pesquisar informações, entrevistar as fontes, etc.

Reportagem com Dados: O dado é utilizado de forma ilustrativa na reportagem.

Reportagem Guiada por Dados: O dado é a razão da reportagem, ou seja, norteia o conteúdo.

³ PEREIRA, Ana Paula. **O que é XML?** 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/programacao/1762-o-que-e-xml-.htm>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

Sistema de Gestão de Conteúdos (SGC): Aplicativo para criação e gerenciamento de conteúdos em plataformas digitais que não exige conhecimento de linguagens de programação, como o Wordpress.

Tagging: Etiquetar informações e conteúdos a fim de organizá-los e agrupá-los em segmentos diferenciados.

Trello: Aplicativo de gerenciamento de projetos.

Todoist: Aplicativo de gerenciamento de tarefas.

Wordpress: Sistema de gestão de conteúdo na Internet.