

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

RAQUEL DA SILVA CARVALHO

***THE INTERCEPT* BRASIL: ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE
DADOS PARA A CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE**

**CAXIAS DO SUL
2021**

RAQUEL DA SILVA CARVALHO

***THE INTERCEPT* BRASIL: ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE
DADOS PARA A CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso para
obtenção do grau de Bacharel em
Jornalismo, na Universidade de Caxias do
Sul.

Orientador: Prof. Dr. Marcell Bocchese

CAXIAS DO SUL

2021

RAQUEL DA SILVA CARVALHO

***THE INTERCEPT* BRASIL: ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE DADOS PARA A CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, na Universidade de Caxias do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Marcell Bocchese
Aprovado em: __/__/2021

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof^a. Dra. Alessandra Paula Rech
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Jacob Raul Hoffmann
Universidade de Caxias do Sul – UCS

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Maria e João, que apesar de não terem tido a mesma oportunidade, sempre incentivaram que seus filhos estudassem. Tenho gravado na memória, o ensinamento de vocês de que, somente a educação é capaz de transformar nosso futuro. Obrigada por sempre se expressarem com orgulho e amor quando contam onde eu cheguei por causa do poder da educação.

Agradeço ao meu companheiro Christian Camatti Menegon, que acompanhou minha jornada desde o começo e me apoiou imensamente. Agradeço por toda a paciência, carinho e compreensão. Seu apoio foi essencial quando, por vezes, desanimava ou cansava. Você foi, e continua sendo, alguém com quem sei que posso contar em todos os momentos. Aos meus irmãos, Márcia, Fabiana, Priscila, Luciane e Daniel, por terem me guiado e transformado na pessoa que sou hoje. Amo muito todos vocês.

Ao orientador, Marcell Bocchese, por ter embarcado nessa aventura com muita disposição, por isso agradeço a compreensão e apoio em todos os momentos. Esse projeto foi como uma maratona e, sem seu direcionamento, não seria possível alcançar a linha de chegada. Aos queridos professores integrantes da banca, Alessandra Paula Rech e Jacob Raul Hoffmann, que prontamente aceitaram com entusiasmo meu convite. Cabe também agradecer a todos os professores que, em algum momento, compartilharam seus saberes comigo. Sempre levarei no coração o que cada professor ensinou, pois sua profissão transforma e constrói quem somos.

Cabe agradecer aos incontáveis artistas que embalam a produção desse projeto. A música esteve presente em todos os momentos, seja de empolgação, incerteza, felicidade, receio ou orgulho. Em todos os momentos, a música me impulsionou e acompanhou.

Agradeço especialmente à amiga Thais Strapazzon, companheira desta trajetória, pelo seu apoio e companheirismo. Você sempre esteve disponível para tirar dúvidas, dar dicas e ser meu ombro amigo. Agradeço por tudo!

Por último, mas não menos importante, eu quero me agradecer. Quero agradecer por ter acreditado em mim. Quero agradecer a mim por ter realizado esse trabalho duro e por ter dedicado incontáveis dias e noites. Quero me agradecer, por nunca desistir e ter dado o melhor de mim em todo o tempo. Raquel, você é o máximo!

RESUMO

A presente monografia tem como tema a análise de três reportagens do jornal *The Intercept* Brasil buscando compreender a contribuição do jornalismo de dados para a credibilidade jornalística na era da pós-verdade. Com o objetivo geral de estudar o jornalismo de dados, busca-se perceber como essa forma de jornalismo pode contribuir no fortalecimento da credibilidade em tempos marcados pela pós-verdade e *fake news*. Os métodos utilizados foram a pesquisa bibliográfica e a Análise de Conteúdo. Nesse sentido, a pesquisa aborda aspectos do jornalismo de dados, do jornalismo em profundidade, da visualização de dados e da pós-verdade. Com a realização do estudo, obteve-se, como principal resultado, a compreensão de que o jornalismo de dados, com o uso de recursos multimídia, contribui para a retomada de credibilidade do jornalismo na contemporaneidade, afetada pela pós-verdade. A contribuição do jornalismo de dados se faz possível pela combinação da narrativa em profundidade, dos dados e dos recursos multimídia, que conferem qualidade, credibilidade e confiabilidade ao conteúdo produzido.

Palavras-Chave: Jornalismo de dados. Jornalismo em profundidade. Credibilidade. Pós-verdade. *The Intercept Brasil*.

ABSTRACT

This monograph has as its theme the analysis of three reports from The Intercept Brasil newspaper, seeking to understand the contribution of data journalism to journalistic credibility in the post-truth era. With the general objective of studying data journalism, we seek to understand how this form of journalism can contribute to strengthening credibility in times marked by post-truth and fake news. The methods used were bibliographic research and content analysis. In this sense, the research addresses aspects of data journalism, in-depth journalism, data visualization and post-truth. With the study, the main result was the understanding that data journalism, with the use of multimedia resources, contributes to the resumption of credibility of journalism in contemporary times, affected by post-truth. The contribution of data journalism is made possible by the combination of in-depth narrative, data and multimedia resources, which provide quality, credibility and reliability to the content produced.

Keywords: Data journalism. Journalism in depth. Credibility. Post-truth. The Intercept Brazil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - O IBM PC	25
Ilustração 2 - Mapa de Snow descobre a fonte transmissora de cólera	36
Ilustração 3 - Gráfico da balança comercial da Playfair de 1786.....	37
Ilustração 4 - Importações e exportações da Escócia para 17 países em 1781.....	38
Ilustração 5 - Gráficos de Tortas da Playfair de 1786	38
Ilustração 6 - Texto na narrativa hipermídia.....	40
Ilustração 7 - Imagem na narrativa hipermídia.....	41
Ilustração 8 - Ícones e símbolos na narrativa hipermídia.....	42
Ilustração 9 - Infográficos na narrativa hipermídia.....	43
Ilustração 10 - Representações visuais de uma ou mais informações.....	43
Ilustração 11 - Ilustrações na narrativa hipermídia.....	44
Ilustração 12 - Vídeos na narrativa hipermídia.....	45
Ilustração 13 - Animações na narrativa hipermídia.....	46
Ilustração 14 - Músicas e efeitos sonoros na narrativa hipermídia.....	47
Ilustração 15 - Diagrama das causas de mortalidade do exército do Oeste.....	48
Ilustração 16 - Sete categorias de desordem da informação.....	90
Ilustração 17 - Diferenças jornalismo convencional x investigativo.....	93
Ilustração 18 - Capa da reportagem Tá Tudo Dominado.....	100
Ilustração 19 - Capa da reportagem Abusos no <i>Campus</i>	102
Ilustração 20 - Capa da reportagem Arsenal Global.....	103
Ilustração 21 - Exemplo de gráficos case 1.....	110
Ilustração 22 – Exemplo de gráfico case 2.....	119
Ilustração 23 – Exemplo de ilustração case 2.....	121
Ilustração 24 – Exemplo de imagem case 3.....	131
Ilustração 25 – Exemplo de infográfico case 3.....	132
Ilustração 26 – Exemplo de ilustração case 3.....	133
Ilustração 27 – Exemplo de vídeo case 3.....	135

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - 18 funcionalidades do JDBD.....	53
Quadro 2 - Características das <i>fake news</i>	79

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2. METODOLOGIA.....	14
2.1 MÉTODO	15
2.1.1 Método de abordagem.....	16
2.1.2 Método de procedimento.....	17
2.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	19
2.2.1 <i>Corpus</i>	21
3 APRESENTAÇÃO DE DADOS NO JORNALISMO	23
3.1 PLATAFORMAS DIGITAIS COMO AMBIENTE DE COMUNICAÇÃO.....	23
3.2 JORNALISMO DIGITAL.....	27
3.2.1 Fase da transposição	28
3.2.2 Fase da metáfora	28
3.2.3 Fase da exploração: o surgimento do <i>webjornalismo</i>	29
3.2.4 Quarta fase: jornalismo em redes digitais.....	30
3.2.5 Quinta fase.....	30
3.2.6 Características do Jornalismo Digital.....	31
3.3 VISUALIZAÇÃO DE DADOS.....	35
3.3.1 Recursos multimídia.....	39
3.3.1.1 Texto	39
3.3.1.2 Imagem.....	40
3.3.1.3 Gráficos, ilustrações e símbolos.....	41
3.3.1.4 Animações	44
3.3.1.5 Vídeo	45
3.3.1.6 Discurso oral	46
3.3.1.7 Música e efeitos sonoros.....	47
3.4 PRINCIPAIS CONCEITOS DO JORNALISMO DE DADOS.....	48
3.5 CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA	56
3.5.1 Notícia e reportagem	56
3.5.2 Livro-reportagem	58
3.5.3 Grande reportagem	59

3.5.4 Jornalismo <i>Longform</i>	61
4 JORNALISMO APROFUNDADO NA ERA DA PÓS-VERDADE	65
4.1 PAPEL DO JORNALISMO NA SOCIEDADE.....	65
4.2 AMBIENTES POLARIZADOS: PÓS-VERDADE E <i>FAKE NEWS</i>	70
4.2.1 Desconstrução da verdade	74
4.2.2 Era da Pós-Verdade	75
4.2.3 Fake news, meias verdades e inverdades	77
4.3 REAFIRMANDO A CREDIBILIDADE EM TEMPOS DE CRISE.....	82
4.3.1 Credibilidade	82
4.4 JORNALISMO INVESTIGATIVO.....	91
4.5 CONTRIBUIÇÃO DOS DADOS AO JORNALISMO APROFUNDADO	94
5. THE INTERCEPT BRASIL.....	97
5.1 CASES.....	99
5.1.1 Tá Tudo Dominado.....	99
5.1.2 Abusos no <i>Campus</i>.....	101
5.1.3 Arsenal Global.....	102
5.2 ANÁLISE DO JORNAL <i>THE INTERCEPT BRASIL</i>	104
5.2.1 Case 1: Tá Tudo Dominado.....	105
5.2.2 Case 2: Abusos no <i>Campus</i>.....	115
5.2.3 Case 3: Arsenal Global.....	125
5.3 BUSCA DA CREDIBILIDADE QUE OS DADOS PODEM AGREGAR.....	138
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	140
REFERÊNCIAS	144
APÊNDICE	153

INTRODUÇÃO

O tema escolhido para a presente pesquisa deu-se, principalmente, pelo interesse da pesquisadora pelo jornalismo de dados, além do desejo pessoal de que o jornalismo possa sempre se renovar e auxiliar a sociedade por meio da comunicação. Tendo isso em mente, julgou-se pertinente pesquisar um tema que unificasse os dois assuntos: “*The Intercept Brasil*: análise da contribuição do jornalismo de dados para a credibilidade jornalística na era da pós-verdade”.

A escolha desse tema se justifica diante das ondas de polarização política, abundância de informações nas redes sociais e disseminação massiva de informações falsas. Todos esses fatores têm pesado sobre a credibilidade e confiabilidade jornalística.

Com a decisão do tema, passou-se a avaliar qual abordagem aplicar para compreender melhor a temática, chegando à escolha da questão norteadora: “de que maneira o jornalismo de dados pode contribuir para a reafirmação da credibilidade do jornalismo frente à disseminação de *fake news*?”. Estima-se investigar a possível contribuição do jornalismo de dados e a significância de outros elementos que compõem a narrativa aprofundada com uso de dados.

Nesse sentido, com o intuito de compreender o surgimento do jornalismo de dados e dos recursos multimídia, bem como suas funções na narrativa em profundidade na era da pós-verdade, o objetivo geral do estudo é: “estudar o jornalismo de dados, buscando perceber como essa forma de jornalismo pode contribuir no fortalecimento da credibilidade em tempos marcados pela pós-verdade e *fake news*”.

Para alcançar tal objetivo, a pesquisa também contempla outros aspectos que buscam auxiliar na investigação, definidos a partir dos objetivos específicos de: analisar a contribuição da utilização de dados para o jornalismo em profundidade; investigar um possível processo de descredibilização do jornalismo contemporâneo e verificar algumas circunstâncias específicas que indicam como a era da pós-verdade e as *fake news* afetam a credibilidade jornalística.

A metodologia utilizada nesta pesquisa é de orientação geral qualitativa, enquanto as modalidades metodológicas empregadas incluem a pesquisa bibliográfica, a análise documental e a análise de conteúdo. O uso da pesquisa bibliográfica tem por objetivo fundamentar uma base teórica consistente que permita a

análise das reportagens. Para tanto, essa etapa compreende a pesquisa de bibliografias sobre “jornalismo de dados”, “pós-verdade”, “*fake news*”, “jornalismo em profundidade” e “jornalismo investigativo”.

Neste projeto, também, é aplicada a pesquisa exploratória, buscando-se adquirir familiaridade com o tema por meio de consultas bibliográficas em livros, periódicos, artigos, teses, sites e documentos virtuais.

O projeto possui duas hipóteses: a) o fazer jornalístico dotado de conteúdo aprofundado, com a contribuição fundamental do jornalismo de dados, reafirma o papel significativo do jornalismo na sociedade e b) no processo de reafirmação da credibilidade jornalística, o jornalismo de dados desempenha um papel importante, entretanto, somente quando este é empregado junto a outros recursos, estilos e ferramentas. Para responder às hipóteses elaboradas é utilizado o método hipotético-dedutivo.

Nesse sentido, faz-se importante apresentar como foi realizada a delimitação e análise do *corpus* da pesquisa. Foram empregadas as etapas definidas por Bardin (2016) de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. Ainda seguindo a teoria de Bardin (2016), na pré-análise utiliza-se a regra da exaustividade, representatividade e a regra de pertinência para definir quais matérias tratam do tema em questão.

Após a análise de 23 reportagens de diferentes meios de comunicação, chega-se ao *corpus* formado por três reportagens do jornal *The Intercept Brasil*. A análise contempla reportagens que contém itens indispensáveis para agregar, ou não, credibilidade no jornalismo de dados, sendo eles: os dados, a profundidade e o uso de recursos multimídia.

O método utilizado para o desenvolvimento do estudo, a Análise de Conteúdo, foi definido por atrair o pesquisador para o que está oculto, para aquilo que se encontra retido sob alguma mensagem. Sendo assim, o desenvolvimento da pesquisa dá origem a seis capítulos que serão apresentados a partir deste momento.

O capítulo dois, intitulado Metodologia, apresenta os conceitos dos métodos utilizados na presente pesquisa, além do estudo de conceitos básicos necessários para o desenvolvimento do projeto: metodologia, método, análise e análise de conteúdo.

No capítulo três, chamado Apresentação de Dados no Jornalismo, apresenta-se o surgimento das plataformas digitais de comunicação e explora-se o

jornalismo digital, suas fases e características. Além disso, faz-se uma exposição acerca da visualização de dados e os principais recursos multimídia utilizados. Outros conceitos apresentados no capítulo incluem o Jornalismo de Dados e os processos da construção da narrativa e dos estilos em profundidade. Os principais autores utilizados para tal estudo são: Meyer (2002), Barbosa (2007), Ferrari (2010), Prado (2011), Guimarães (2012), Träsel (2013), Canavilhas (2014), Gray, Bounegru e Chambers (2014), Longhi e Winkes (2015), Lobato (2016), Baccin (2017), Conde (2018) e Lorenzi (2019).

Jornalismo Aprofundado na Era da Pós-verdade é o nome do capítulo 4 desta pesquisa. O conteúdo apresenta conceitos como o papel do jornalismo na sociedade e contextualiza os ambientes polarizados pela desconstrução da verdade, a pós-verdade e as *fake news*.

Ademais, esse capítulo reflete sobre como o jornalismo pode reafirmar a credibilidade em tempos de crise, sobre o jornalismo investigativo e acerca da contribuição dos dados ao jornalismo aprofundado. Para tal reflexão, mencionam-se como principais referências os autores: Lisboa (2012), Perdomo (2015), Tiburi (2017), Lisboa e Benetti (2017), Filgueiras (2018), Ireton e Posetti (2018), Keyes (2018), Kakutani (2018), Manual da Confiabilidade Jornalística (2018) e Bucci (2019).

O quinto capítulo, intitulado *The Intercept* Brasil, apresenta o jornal escolhido para a análise, bem como introduz os cases selecionados: Tá Tudo Dominado, Abusos no *Campus* e Arsenal Global. Em seguida, o capítulo conta com a análise do objeto de estudo da presente pesquisa por meio da análise de conteúdo dos três cases supracitados. Tal análise é dividida em quatro categorias: a) texto/narrativa, b) recursos multimídia, c) dados e d) fontes/credibilidade.

Por fim, figura o capítulo seis, Considerações Finais, no qual a questão norteadora desta pesquisa é respondida. Neste capítulo também retoma-se o objetivo geral e os objetivos específicos, bem como as hipóteses e a metodologia.

2 METODOLOGIA

A palavra metodologia deriva do grego “*meta*” (ao largo), “*odos*” (caminho) e “*logos*” (discurso ou estudo). Metodologia consiste em estudar os diversos métodos de uma pesquisa acadêmica. Prodanov e De Freitas (2013) explicam que a metodologia busca a resolução do problema investigado por meio de métodos, técnicas de coleta e processamento das informações. Já para Paviani (2013), o metodológico diz respeito a três questões. Primeiro, ao caminho escolhido, em segundo, aos instrumentos e às técnicas utilizadas para obter dados e evidências e, em um terceiro, aos processos de análise, compreensão e interpretação.

Conforme Gil (2002), a parte metodológica da pesquisa acadêmica deve descrever os procedimentos utilizados. Para o autor, apesar de cada pesquisa ter sua singularidade, é primordial que o projeto contenha algumas informações essenciais. Gil (2002) destaca que o pesquisador deve esclarecer o tipo de pesquisa empregado, ou seja, se ela será de natureza exploratória, descritiva ou explicativa. Além disso, o pesquisador deve explicar se o tipo de delineamento adotado será experimental ou descritivo. E, ainda, se a pesquisa se configura como levantamento, estudo de caso ou pesquisa bibliográfica.

Na pesquisa exploratória, o pesquisador busca trazer mais conhecimento sobre o problema, ou seja, procura tornar o objeto de pesquisa mais explícito. De acordo com Figueiredo (2007), a pesquisa exploratória geralmente assume a forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso e seu objetivo principal é aprimorar a ideia.

Para Gil (2002), no espaço destinado à metodologia, deve-se mencionar também a população e a amostra do universo estudado, por exemplo, qual será sua extensão e como será selecionada. O autor também discorre sobre a coleta de dados, principalmente quanto à descrição das técnicas utilizadas na coleta de dados. Por fim, Gil (2002) destaca que a etapa de análise dos dados, seja qualitativa, quantitativa ou quanti-qualitativa, também deve ser mencionada.

No caso da presente pesquisa, a amostra estudada é composta por três reportagens do site *The Intercept* Brasil, nas quais foram analisadas os elementos presentes ou não na construção da narrativa.

Figueiredo (2007) explica que a análise dos dados pode ser realizada por meio da pesquisa quantitativa, onde a análise é feita de modo estatístico e,

geralmente, se aplica aos estudos exploratórios que exigem um conhecimento aprofundado do objeto de pesquisa. Já a pesquisa qualitativa está voltada para a busca dos significados, dos sentimentos. Conforme Figueiredo (2007, p. 113-114), as pesquisas qualitativas “trabalham com dados não quantificáveis, coletam e analisam materiais pouco estruturados e narrativos, que [...] requerem o máximo envolvimento por parte do pesquisador”. A autora complementa que a pesquisa qualitativa produz grandes volumes de dados narrativos e dispensa grandes amostras, já que o foco é a qualidade das narrativas e não a quantidade. Posto isto, essa pesquisa irá utilizar a análise qualitativa das reportagens.

A metodologia seria, portanto, a escolha do melhor método para solucionar o problema de pesquisa, conforme Diehl e Tatim (2004). Os autores destacam que o método deriva da metodologia e diz respeito ao conjunto de processos que tornam possível desenvolver certos procedimentos. Paviani (2013) complementa tal argumento ao afirmar que o método não é algo isolado. Ele se apresenta na definição dos objetivos, na formulação do problema e na escolha da teoria.

2.1 MÉTODO

Também derivada do grego, a palavra método vem de “*méthodos*”, composta por “*metá*” (através de) e “*hodós*” (caminho). Paviani (2013) conta que o método se originou da metáfora que indica um caminho, orientação ou meios para alcançar um objetivo. O conceito de método está “[...] intimamente ligado ao conceito de processo de investigação científica, que tem por objetivo produzir novos conhecimentos e modos de intervenção na realidade.” (PAVIANI, 2013, p. 61).

Para Marconi e Lakatos (2005), o método permite alcançar conhecimentos válidos e verdadeiros por meio de atividades sistemáticas e racionais. Essas atividades traçam o caminho, apontam erros e guiam o pesquisador. Segundo Paviani (2013), o método possui duas formas de interpretação. No seu sentido estrito, diz respeito a um modo básico de conhecer, já no sentido geral contempla um conjunto de regras, instrumentos, técnicas e procedimentos. De forma geral, Prodanov e De Freitas (2013) reforçam que o método científico é um conjunto de etapas a serem seguidas durante a investigação científica.

De acordo com os autores, houve muitas tentativas de criar um método único que abarcasse todas as ciências e ramos do conhecimento. Contudo, essas

tentativas resultaram na criação de correntes de pensamentos muitas vezes conflitantes entre si. “Na atualidade, já admitimos a convivência e até a combinação, de métodos científicos diferentes, dependendo do objeto de investigação e do tipo de pesquisa.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 25).

Devido à diversidade dos métodos existentes, conforme explicam Prodanov e De Freitas (2013), eles são classificados em método de abordagem ou de procedimento.

2.1.1 Método de abordagem

Existem cinco métodos de abordagem: indutivo, dedutivo, hipotético-dedutivo, dialético e fenomenológico.

O método indutivo foi proposto pelos empiristas Francis Bacon, Thomas Hobbes, John Locke e David Hume. Prodanov e De Freitas (2013) explicam que no método indutivo a questão parte de algo particular e é aplicada a uma generalização. De acordo com Marconi e Lakatos (2005), a indução se dá por meio de três etapas. Na primeira, ocorre a observação rigorosa dos fenômenos e acontecimentos. Na segunda, há a descoberta da relação entre esses fenômenos, a classificação dos fatos e a determinação da sua causa. Por fim, a última etapa trata da generalização, na qual extrai-se uma conclusão geral a partir da observação.

Já no método dedutivo, ocorre o contrário. O método foi proposto pelos racionalistas René Descartes, Baruch Spinoza e Wihelm Leibniz e ocorre de forma decrescente, pois parte do geral e desce ao particular. Ele parte de princípios considerados verdadeiros e indiscutíveis e encontra casos particulares. Esse método usa “a construção lógica para, a partir de duas premissas, retirar uma terceira logicamente decorrente das primeiras, denominada de conclusão.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 27).

Por outro lado, o método hipotético-dedutivo, proposto por Karl Popper, estabelece que quando não há conhecimento suficiente sobre um assunto, surge o problema. A partir do problema, se formam hipóteses que tentam explicar o fato. Após formuladas, essas hipóteses devem ser testadas ou falseadas. É o processo de inferência indutiva. A pesquisa científica, que utiliza a abordagem hipotético-dedutiva, descreve o problema de forma clara e precisa “a fim de facilitar a obtenção de um

modelo simplificado e instrumentos [...] que auxiliarão o pesquisador em seu trabalho.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 32).

Há também o método dialético, proposto por Georg Wilhelm Hegel. Esse método prega que nada está finalizado. Conforme Marconi e Lakatos (2005), esse modelo apresenta a mudança dialética. As contradições se renovam e se transformam, desenvolvem-se e dão origem a novas contradições. O fim de um processo representa o começo de outro. Diehl e Tatim (2004) ressaltam que esse método é usado em pesquisas qualitativas, pois busca a interpretação da realidade. É um método segundo o qual “[...] os fatos não podem ser tomados fora de um contexto social, político, econômico.” (DIEHLL; TATIM 2004, p. 50).

Por último, o método fenomenológico consiste em mostrar o que é dado e esclarecer esse dado. O modelo foi proposto por Edmund Husserl e se concentra na descrição da experiência como ela de fato é, livre de pressupostos. Conforme Prodanov e De Freitas (2013), o método fenomenológico não se concentra em aspectos desconhecidos por trás do fenômeno, só busca o dado. A regra fundamental desse método é avançar para as próprias coisas. “Por coisa, entendemos o dado, o fenômeno, aquilo que é visto diante da consciência. A fenomenologia só visa o dado, sem querer decidir se esse dado é uma realidade ou uma aparência.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 35).

2.1.2 Métodos de procedimento

Ao contrário dos métodos de abordagem, mais gerais, os métodos de procedimento são etapas mais concretas da pesquisa científica. Segundo Marconi e Lakatos (2005), sua finalidade é menos abstrata e mais voltada à explicação dos fenômenos. Os principais métodos de procedimento das ciências sociais incluem os métodos histórico, comparativo, monográfico (ou estudo de caso), estatístico, tipológico, funcionalista e estruturalista.

No método histórico, comum nas pesquisas qualitativas, o pesquisador volta-se ao estudo de acontecimentos do passado para averiguar sua influência na atualidade, de acordo com Prodanov e De Freitas (2013). É fundamental, nesse método, compreender sua natureza, visto que “[...] as instituições alcançaram sua forma atual através de alterações ao longo do tempo, influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p. 107).

O método comparativo, outro método de procedimento, é utilizado para estudar diferenças por meio de comparações. Prodanov e De Freitas (2013) destacam que ele verifica semelhanças e busca explicar divergências. Dessa maneira, permite analisar o dado concreto, deduzindo elementos constantes, abstratos ou gerais nele presentes.

Da mesma forma, o método tipológico apresenta algumas características semelhantes ao método comparativo, pois procura comparar fenômenos sociais complexos, segundo Marconi e Lakatos (2005). Ao analisar aspectos essenciais dos fenômenos e realizar essas comparações, o pesquisador cria modelos para compreensão de casos concretos.

Já o método monográfico, ou estudo de caso, conforme Marconi e Lakatos (2005), diz respeito ao estudo de um tema escolhido analisando todos os fatos que influenciam tal tema e verificando todos seus aspectos. O método monográfico procura obter generalizações por meio do estudo de determinados indivíduos ou grupos.

Por outro lado, o método estatístico, proposto por Adolphe Quetelet, utiliza processos estatísticos para obter representações simples derivadas de conjuntos complexos. A partir disso, analisa se elas têm relação entre si, conforme explicam Marconi e Lakatos (2005). Prodanov e De Freitas (2013) complementam que o método estatístico possibilita uma descrição quantitativa da sociedade. Por meio de experimentação e observação, os métodos estatísticos garantem um reforço das conclusões obtidas.

Dentre os métodos de procedimento que consideram mais a interpretação do que a investigação, há também o método funcionalista. Segundo Marconi e Lakatos (2005), esse método considera que a sociedade se constitui de partes diferenciadas, inter-relacionadas e interdependentes. Sendo que, conforme os autores, cada uma dessas partes desempenha uma função essencial. Portanto, o método funcionalista busca compreender cada função e, com isso, perceber a sociedade por meio de suas unidades ou de um sistema organizado de atividades.

Por fim, o método estruturalista, desenvolvido por Claude Lévi-Strauss, parte de um caminho concreto para o abstrato e retorna ao concreto. Marconi e Lakatos (2005) esclarecem que ele retorna ao nível concreto com um modelo que representa o objeto de estudo e é capaz de analisar a realidade de diversos fenômenos. O

método estruturalista considera que uma linguagem abstrata é indispensável para garantir a comparação entre experiências.

Neste projeto, será aplicada a pesquisa exploratória, buscando tornar o objeto de pesquisa mais explícito e trazer maior familiaridade com o tema por meio de levantamento bibliográfico. Ou seja, consultas bibliográficas em livros, periódicos, artigos, teses, *sites* e documentos virtuais. Quanto ao método da pesquisa, será hipotético-dedutivo, pois possui uma pergunta sem resposta para a qual foram formuladas hipóteses que devem ser falseadas durante o projeto. Em relação ao método de procedimento, será aplicada a análise de conteúdo, buscando visualizar um novo significado da mensagem.

2.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Esta pesquisa visa aplicar a análise de conteúdo em reportagens do jornal *The Intercept* Brasil (TIB) cuja construção apresenta jornalismo de dados. Após a coleta dos dados, a etapa seguinte requer a análise e interpretação do conteúdo obtido. Conforme Marconi e Lakatos (2005), a análise constitui o núcleo central da pesquisa. “Análise (ou explicação) é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p. 167).

As autoras categorizam a análise de conteúdo como um método que permite a descrição do conteúdo de forma sistemática, objetiva e quantitativa. Esse procedimento específico da análise de conteúdo busca extrair generalizações para produzir categorias conceituais que possam ser operacionalizadas em outros estudos.

Já Bardin (2016) conceitualiza a análise de conteúdo como instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” (conteúdos e continentes) diversos. Segundo a autora, a análise de conteúdo pode ser realizada de diversas formas, mas todas possuem em comum a hermenêutica controlada baseada na dedução: a inferência. A autora destaca que essas deduções lógicas são capazes de responder quais consequências o conteúdo vai provocar e as inferências podem responder quais serão os possíveis efeitos daquela mensagem.

Para Bardin (2016), a análise de conteúdo atrai o pesquisador para o que está oculto, o não aparente, o potencial do inédito ou daquilo que não foi dito e que se encontra retido sob alguma mensagem. Portanto, esta pesquisa busca o que Bardin (2016, p. 24) define como enriquecimento da leitura, pois “[...] a leitura efetuada pelo

analista, do conteúdo das comunicações, não é [...] uma leitura "à letra", mas antes o realçar de um sentido que figura em segundo plano." (BARDIN, 2016, p. 24).

Ora, se em um primeiro olhar, a leitura já acrescenta diversas informações pertinentes e produtivas, por meio da análise de conteúdo será possível localizar conteúdos e estruturas que confirmam ou não "[...] o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações." (BARDIN, 2016, p. 18).

Logo, esta pesquisa tem por objetivo a administração da prova. Para isso, aplica a análise sistemática de conteúdo em determinada mensagem com o objetivo de confirmar ou negar as hipóteses provisórias. Bardin (2016) define esse processo como análise de conteúdo para servir de prova.

Devido ao material da análise, utilizam-se como unidades de codificação o conteúdo textual e visual dos objetos analisados. De acordo com Bardin (2016), esse conteúdo, por si só, não constitui uma verdadeira comunicação, visto que não representa um conjunto de significados, entretanto atua como índice. "O analista semiólogo pode considerá-los uma mensagem e submetê-los à análise de conteúdo para os fazer falar." (BARDIN, 2016, p. 22).

A análise de conteúdo, ainda segundo a autora, pode ser dividida nas fases de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e, por fim, inferência e interpretação. Na pré-análise, os documentos a serem analisados são selecionados, as hipóteses são formuladas e os indicadores que fundamentam a interpretação são escolhidos.

Conforme Bardin (2016), levando em consideração a questão a ser resolvida e a natureza do material de análise, o pesquisador possui ou cria um esquema de análise. Além do mais, pode utilizar-se de uma ou mais operações em complementaridade, "[...] de modo a enriquecer os resultados, ou aumentar a sua validade, aspirando assim a uma interpretação final fundamentada." (BARDIN, 2016, p. 25).

Para esta pesquisa, as reportagens a serem analisadas foram selecionadas, enquanto as hipóteses buscam confirmar ou negar se o jornalismo de dados contribui para a retomada de credibilidade do jornalismo.

Quanto aos indicadores que fundamentam essa interpretação, pretende-se analisar as reportagens com base nos critérios de credibilidade, quantidade e qualidade de fontes. Além disso, essa pesquisa tem o intento de pontuar o que o

jornalismo de dados tem a contribuir, por meio da análise de conteúdo em relação aos dados presentes nas reportagens, as relações entre eles, as fontes desses dados e a presença ou não de outras ferramentas que auxiliam e fortalecem o jornalismo contemporâneo.

2.2.1 *Corpus*

Este subcapítulo detalha o *corpus* que será objeto da análise de conteúdo. Bardin (2016) destaca que após demarcar o gênero de documentos a serem analisados, é preciso constituir o *corpus* da análise. A autora esclarece que o *corpus* trata do conjunto de documentos que serão submetidos aos procedimentos analíticos. Além disso, a montagem desse *corpus* implica escolhas, regras e seleções.

Portanto, o *corpus* dessa pesquisa é constituído com base nas regras apresentadas por Bardin (2016). O *corpus* se constitui de três reportagens da agência de notícias *The Intercept* Brasil que apresentam dados e outros recursos em sua composição. Este meio de comunicação foi escolhido para análise pelo jornalismo combativo, composto por investigações aprofundadas e análises centradas em temas relevantes como, por exemplo, política, corrupção, meio ambiente, segurança pública, tecnologia etc.

Para essa análise, foram selecionadas três reportagens que compõem uma amostra representativa. Ou seja, obedecem à regra de representatividade, pois a análise, conforme destaca Bardin (2016, p. 64), pode “efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. Neste caso, os resultados obtidos para a amostra serão generalizados ao todo”. Ademais, as reportagens selecionadas procuram seguir a regra de pertinência, visto que, enquanto fonte de informação, correspondem ao objetivo que a análise se propõe.

A quantidade estabelecida de três reportagens se deve ao fato deste projeto possuir um caráter de análise qualitativa, visto que esse método funciona de maneira mais efetiva e estabelece categorias mais discriminantes sobre um *corpus* reduzido. Bardin (2016) destaca que a análise qualitativa é válida na elaboração de deduções precisas sobre um acontecimento.

As três reportagens foram escolhidas devido à extensão do seu conteúdo, à temática principal, à presença de recursos auxiliares (infográficos, vídeos, gráficos) e, principalmente, por conterem dados em sua construção. A primeira reportagem,

publicada em 5 de abril de 2018, é a quinta parte de uma série de 12 reportagens sobre o controle das milícias e o assassinato de Marielle Franco e Anderson Carmo no Rio de Janeiro, ocorrido em março de 2018.

Escrita por Olliveira *et al.* (2018) e intitulada “Tá Tudo Dominado: as milícias assumiram o controle do Rio de Janeiro”, a reportagem contém um levantamento inédito feito pelo *The Intercept* Brasil, com base em informações do Disque Denúncia. A reportagem mostra que, das 6.475 ligações anônimas que o serviço recebeu em 2016 e 2017, 65% delas denunciam milicianos. Como não há dados sistematizados pelo governo sobre o avanço das milícias no Rio, o volume de denúncias – analisadas por palavras-chave – são um forte indicativo dos caminhos do crime organizado.

A segunda reportagem foi publicada em 10 de dezembro de 2019 por Sayuri e Sicuro (2019), nomeada “Abuso no *Campus*”, e retrata a violência sofrida por mulheres nos *campus* universitários. O levantamento feito pelo *Intercept* indica que, desde 2008, pelo menos 556 mulheres, entre estudantes, professoras e funcionárias, foram vítimas de algum tipo de violência em instituições de ensino superior. A análise partiu de 209 ocorrências levadas às instituições.

Já a terceira reportagem, “Arsenal Global”, publicada em 16 de dezembro de 2019, aborda também a violência do Rio de Janeiro, mas sob uma visão diferente da primeira reportagem. Em 2018, durante 100 dias, Olliveira e Demori (2019) realizaram um trabalho jornalístico inédito: rodaram por 27 bairros da cidade do Rio de Janeiro nos instantes posteriores a trocas de tiros e coletaram do chão 137 cápsulas de munição para responder de onde vêm as balas que empilham corpos pela cidade nas operações sanguinolentas.

3 APRESENTAÇÃO DE DADOS NO JORNALISMO

Este capítulo propõe um panorama sobre o surgimento da *internet* e o processo de inserção do jornalismo nesse meio. Dessa forma, é objetivo contextualizar os principais conceitos envolvidos, como *internet*, *www*, jornalismo de dados, conceito este que será estudado também no quarto capítulo. Ademais, as possibilidades de visualização em complementação ao uso dos dados, oferecidas por eles, também serão analisadas. Com isso, procura-se entender o processo de construção da narrativa jornalística.

Com o surgimento da *internet*, o mundo mudou e, com ele, o modo de fazer jornalismo. A profissão precisou se reinventar para acompanhar as mudanças tecnológicas, resultando também em mudanças no processo e na produção jornalística. Tais mudanças revolucionaram também o conteúdo jornalístico e a forma como ele é apresentado.

3.1 PLATAFORMAS DIGITAIS COMO AMBIENTE DE COMUNICAÇÃO

A *internet* foi desenvolvida em 1969, pelo Departamento de Defesa norte-americano, mais precisamente pela Arpa, a Agência de Pesquisa e Projetos Avançados, departamento militar voltado para o desenvolvimento e pesquisa de informações. À época, a Arpa desenvolve a *Arpanet*, uma rede nacional de computadores, que possibilita a comunicação emergencial no caso de um ataque aos Estados Unidos, um temor causado principalmente pela Guerra Fria e o clima de rivalidade com a União Soviética.

Segundo Prado (2011), em 1971, mesmo que lentamente, inicia-se o processo de produção digital nas redações. A partir de então, a tecnologia cada vez mais se insere no jornalismo. Um exemplo disso, é o jornal *Philadelphia Inquirer* que, entre 1972 e 1973, passou a utilizar *e-mail* e banco de dados em sua redação. Além dele, conforme o autor, as agências de notícias *United Press International* (UPI) e *Associated Press* (AP) adotam a produção digital.

Em 1975, conforme relata Conde (2018, p. 21), para facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a Agência de Comunicações e Defesa assume o controle da rede *Arpanet*. Com isso, a rede passa a ser utilizada também por pesquisadores que utilizam a *Arpanet* para transferir arquivos mais

extensos por *e-mail*, além de auxiliar na comunicação militar. Prado (2011) ressalta que, a partir dessa abertura, foram surgindo outras redes, como a *Bitnet* (*Because It's Time to Network*) e a *CSNET* (*Computer Science Network*). Em 1975 também foi criado o Altair¹, a empresa de tecnologia *Microsoft*, o Teletexto², *Compuserve*³ e as televisões a cabo começaram a transmitir o noticiário produzido pela *Reuters* via videotexto⁴.

Importante lembrar que, nessa época, a *internet* era muito distinta do que se conhece hoje. O uso era voltado, principalmente, para pesquisa e comunicação militar, mas um grupo de pesquisadores estudava como transformar aquele ambiente em uma estrutura mais amigável e que pudesse ser utilizada por todos. A *World Wide Web* (WWW) estava sendo idealizada. Em 1980, Tim Berners-Lee escreveu o Enquire, um programa que organiza informações, inclusive as que continham *links*.

Naquele mesmo ano, Robert Cailliau desenvolvia o sistema de hipertexto Cern e trabalhava no navegador de rede Samba, na Europa. A partir da colaboração entre Tim Berners Lee e Robert Cailliau, a *www* foi criada na Europa, em 1990, no *Centre Européen pour Recherche Nucléaire* (Cern), em Genebra, um dos principais centros de pesquisas físicas do mundo. Segundo Conde (2018), o grupo de pesquisadores desenvolveu um ambiente onde é possível trabalhar com um sistema de documentos em hipermídia, ou seja, em formato de sons, vídeos, imagens e textos, que são interligados e executados na *internet*.

A partir dessa colaboração, a *internet* desenvolveu-se e começou a ser incrementada com novas funcionalidades. Uma delas, são os robôs que fazem uma varredura pela rede e retornam com resultados, são os chamados motores de busca, presentes pela primeira vez na rede *Archie*, de acordo com Prado (2011). Os motores de busca substituíram nas redações o processo árduo e lento de busca manual, por meio de palavras-chave, do nome correto das páginas.

Anos antes, em 1981, em uma tentativa de fazer frente ao sucesso dos computadores da *Apple*, a *International Business Machines Corporation* (IBM) lança uma versão, cujo nome ficará marcado para sempre como rótulo dos computadores.

¹ O MITS Altair 8800 é um computador pessoal projetado em 1975, baseado na *CPU Intel 8080*. Vendido originalmente como um *kit* através da revista norte-americana *Popular Electronics*. Ele é reconhecido como a fagulha que levou à revolução do computador pessoal nos anos seguintes.

² Um serviço informativo televisivo desenvolvido no Reino Unido que apresentava informações. É considerado um antecessor da *internet* e não é afetado pela quantidade de usuários.

³ Foi um dos primeiros serviços *on-line* a disponibilizar conexão à *internet* em nível internacional

⁴ Semelhante à *web*, oferecia fóruns de discussão, *chat*, notícias, e também serviços públicos como consulta à lista telefônica.

Prado (2011) explica que o microcomputador da IBM (ilustração 1) era chamado de Computador Pessoal (PC). Segundo o autor, o ano de 1985 traz a marca de 50 jornais com banco de notícias *on-line* e também é o ano de lançamento do sistema operacional *Windows*.

Ilustração 1 - O IBM PC



Fonte: site Tecmundo (2018)

Em 1986, de acordo com Ferrari (2010), a Fundação Nacional de Ciência, fez uma significativa contribuição para a expansão da *internet*, ao desenvolveu a *Nsfnet*, uma rede que conectava pesquisadores de todo o país por meio de grandes centros de informática e computadores.

Já em terras brasileiras, a cobertura *on-line* da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Eco-92) se torna um marco para o país, com destaque para as coberturas dos *sites* *CNN* e *Chicago Tribune*. No Brasil, os *sites* de conteúdo foram criados por iniciativa das grandes empresas jornalísticas. Contudo, de acordo com Prado (2011), seria apenas em 1995 que o país teria sua primeira página na *web*, devido à iniciativa do jornal Folha de S. Paulo.

Segundo relatam Prado (2011) e Ferrari (2010), o primeiro *site* jornalístico brasileiro foi o *site* do Jornal do Brasil, em 28 de maio de 1995, seguido pelo jornal da Zero Hora, do grupo RBS e posteriormente pela Agência Estado, agência de notícias do Grupo Estado.

A inserção de jornais na *internet* cresce exponencialmente, pois em 1999, chega-se ao número de 3.250 jornais nesse meio. Ferrari (2010) acrescenta que a partir de 1999 ocorreu uma avalanche de *sites* com característica informativas e de agregação de serviços como os portais. Contudo, esses *sites* estavam mais focados em oferecer uma grande quantidade de conteúdo, do que oferecer qualidade por meio do aprofundamento das matérias.

De acordo com Prado (2011), em 2000, o jornalismo brasileiro *on-line* ganha impulso. O portal iG passou a abrigar o noticiário Último Segundo, de redação exclusiva para a *internet*. A proposta “[...] foi considerada ousada, pois todos os grandes noticiários *on-line* concorrentes eram vinculados a veículos tradicionais.” (PRADO, 2011, p. 27).

Os números de 2001 trazem 500 milhões de computadores pessoais e 400 milhões de internautas. Neste ano, Ferrari (2010) destaca que o mercado jornalístico passa a preocupar-se com a inserção de conteúdo de qualidade, um *design* acessível, além da viabilidade financeira. No mesmo sentido, Prado (2011) ressalta que o *webjornalismo* e os portais passam a ser considerados um novo negócio.

Em 2003, surge a rede social americana *MySpace* e, a partir dela, as demais redes sociais como o *Orkut* e o *MSN*, por exemplo. Dois anos depois, as estatísticas apontam o número de um bilhão de internautas. Ainda segundo Prado (2011), nessa época, o Brasil já liderava em *Messengers*, *e-mail* residencial e tempo *on-line*. Também nesse ano, a *internet* supera a televisão e o jornal, tornando-se a mídia mais consumida do mundo. Em 2017, no Brasil, segundo o Consumo de Mídia (2017, não paginado), a televisão era o meio de comunicação mais utilizado no país com 63% do percentual dos hábitos dos usuários, seguido pela *internet*, com 26%, o rádio, com 7% e o jornal com 3%.

Contudo, os dados mostram uma tendência importante: a diminuição do papel da televisão como meio prioritário de buscar informações e o crescimento do hábito de buscar informações na *internet*. Em 2014, o percentual de usuários que utilizavam a televisão como meio principal era de 76%, enquanto a *internet* era de 13%.

3.2 JORNALISMO DIGITAL

O potencial da *internet* não passou batido e tornou-se uma ferramenta essencial para o jornalismo contemporâneo. Após o surgimento da rede, o jornalismo não tardou a se inserir nessa nova possibilidade. Como consequência, as vantagens da *internet* acabam por “moldar produtos editoriais interativos com qualidades atraentes para o público: [...], (pela) grande abrangência de temas e personalização.” (FERRARI, 2010, p. 35).

E assim nasce uma nova forma de produzir jornalismo. De acordo com Prado (2011), essa nova forma de produção jornalística que usa como suporte a *internet* é conhecida por diversas nomenclaturas, entre elas: jornalismo eletrônico, jornalismo na *internet*, jornalismo digital, jornalismo *on-line*, jornalismo na rede, jornalismo em tempo real, *ciberjornalismo* e *webjornalismo*.

Entretanto, Conde (2018) prefere estabelecer uma diferenciação entre os termos. Segundo ele, a prática do jornalismo eletrônico está integrada ao jornalismo assistido por computador. A autora destaca que no jornalismo eletrônico tanto a interação mediada por meios tradicionais, como rádio, televisão e telefone, quanto a mediada por computadores se utilizam de dispositivos eletrônicos. Conde (2018) acrescenta ainda que o jornalismo eletrônico se trata da junção do jornalismo *on-line* e do digital. Sendo que o primeiro trata-se da apuração realizada na rede e o segundo diz respeito ao processo de desenvolver e disponibilizar informações na *internet*.

Conde (2018) expande o conceito de Jornalismo digital para um processo em que o computador desempenha mais do que auxiliar na produção de informações e, sim, em que o computador constitui-se como plataforma onde todas as etapas dos processos de produção, distribuição e circulação dos conteúdos jornalísticos são desenvolvidas. “A terminologia jornalismo digital também está atrelada à utilização de tecnologias específicas, como os recursos multimídia, desde a captura até a disseminação de informações.” (CONDE, 2018, p. 33).

Por outro lado, o jornalismo *on-line* está mais relacionado à forma ágil de circulação das notícias na rede, pois com uma conexão em tempo real, as informações fluem de modo contínuo e praticamente instantâneo. Conde (2018) relaciona a terminologia ao meio. Segundo a autora, da mesma forma que o telejornalismo designa o jornalismo para a televisão e o radiojornalismo refere-se ao

jornalismo para o rádio, assim também, o jornalismo ao se desenvolver na *web* gera o *webjornalismo*.

As atividades jornalísticas desenvolvidas no ciberespaço são consideradas, ainda de acordo com Conde (2018), como o *ciberjornalismo*. Nesse ambiente, é “possível explorar jornalisticamente a interatividade, multimidialidade, hipertextualidade, personalização, a atualização contínua e a memória, características do jornalismo na *internet*.” (CONDE, 2018, p. 33).

O fato de possuir diversas nomenclaturas está atrelado à forma como o jornalismo se inseriu no ambiente *on-line*. De acordo com Conde (2018), esse processo ocorreu de forma gradual. Por conta disso, a autora destaca que essa transição é dividida em cinco fases: fase da transposição, fase da metáfora, fase da exploração e, posteriormente, foram criadas a quarta e a quinta geração.

3. 2.1 Fase da transposição

A fase da transposição, ou produtos de primeira geração, como o nome sugere, diz respeito à entrada dos jornais e revistas na *internet*. Contudo, o objetivo inicial era apenas ocupar aquele espaço. Segundo Conde (2018, p. 36), “o intuito era de se consolidar no novo suporte, que crescia cada vez mais, e de atrair leitores para suas versões impressas”. Nessa fase, os grandes jornais tradicionais saíram em vantagem em relação aos nascidos na rede, pois carregaram consigo a credibilidade conquistada anteriormente.

Nessa etapa inicial, os jornais e revistas apenas transpunham seu conteúdo para a *web*, sem modificações. Os conteúdos tratavam-se de reproduções fidedignas do conteúdo produzido para a mídia tradicional. Ou seja, tratava-se apenas de uma digitalização, visto que ainda não se identificavam potenciais jornalísticos e econômicos de amplo impacto na adesão ainda em crescimento da audiência. A migração do jornal impresso foi sucedida pelo rádio e pela televisão. No entanto, conforme explica Conde (2018), assim como o impresso, esses veículos não tinham intenção de explorar o novo meio.

3.2.2 Fase da metáfora

Na segunda fase, a fase da metáfora, os veículos de comunicação passam por um processo de experimentação das possibilidades da *web*. Apesar dos conteúdos digitalizados ainda estarem presentes, alguns conteúdos começam a ser produzidos utilizando os recursos e oportunidades da *web* como, por exemplo, os *hiperlinks*. Os *hiperlinks*, ou hiperligações, são áreas clicáveis de páginas *web* que fazem referência a outro texto ou a outra parte deste texto. Também é referido como um *link* ou hipertexto.

Lorenzi (2019) destaca que, além do uso de *hiperlinks* e interações diversas na composição e apresentação das informações, os jornais iniciam lentamente o processo de construção de linguagem e modelo próprios para o novo meio, a *internet*. “Surgiu espaço para as notícias cujos eventos aconteciam no período entre a publicação das edições impressas, as chamadas últimas notícias, que exploravam a atualização contínua possibilitada pela *web*.” (CONDE, 2018, p. 41).

3.2.3 Fase da exploração: o surgimento do *webjornalismo*

Devido à popularização da *internet*, surge a terceira geração do jornalismo *on-line*. Essa fase, conforme Lorenzi (2019), se caracteriza pelo aumento da especialização das informações disponibilizadas no digital. Ao contrário do cenário da primeira e da segunda fase, nessa etapa, o mercado percebe a *web* como um meio de comunicação viável e, por consequência, passa a desenvolver conteúdos específicos para a *internet*. Além disso, Conde (2018) salienta que os jornais passam a investir financeiramente para explorar de forma completa as potencialidades oferecidas por esse suporte.

Ainda segundo o autor, as potencialidades incluem principalmente os recursos multimídia, recursos de interatividade entre o veículo e os leitores e personalização de acordo com as preferências do usuário. Além disso, o hipertexto é utilizado tanto como recurso para organização das informações na edição, quanto como ferramenta aplicada nas notícias.

O diferencial da terceira fase diz respeito aos bancos de dados, que nessa etapa deixam de serem percebidos somente como uma ferramenta auxiliar na busca de informações. Segundo Conde (2018), “os bancos de dados passaram a ser vistos como uma potencialidade capaz de diferenciar o jornalismo *on-line* do impresso e conferir-lhe especificidade”. Com o aprimoramento do conteúdo jornalístico produzido

para a *internet*, os meios sentem a necessidade de produzir conteúdos com informações completas, contextualizadas e aprofundadas. Para isso, investem na utilização efetiva das bases de dados.

Dessa forma, os bases de dados transformam-se de ferramenta auxiliar e dispensável e passam a atuar tanto como fontes quanto ferramenta para contar bem as histórias. Como fontes, são utilizadas para apuração e cruzamento de bases na busca de informações. Já como recurso na apresentação da história, são ferramentas essenciais para o jornalista contar sua história de forma envolvente e completa. “Qualquer assunto pode ser apresentado em uma visualização de dados, no entanto cabe ao jornalista ser cético e crítico diante das fontes e fazer uso consciente dos dados.” (CONDE, 2018, p. 71).

Ainda segundo a autora, durante a transição entre a terceira e quarta fase surge o modelo de Jornalismo Digital em Dados (JBDB). Para Conde (2018), esse novo modelo emerge devido às funcionalidades das bases de dados na construção da narrativa jornalística e na apresentação dos conteúdos nos *webjornais*.

3.2.4 Quarta fase: jornalismo em redes digitais

A quarta e quinta fase transcendem o espaço da *internet*, pois incluem o jornalismo nas redes digitais, não mais apenas na rede, pois contemplam o jornalismo produzido para outros dispositivos como *tablets* e *smartphones*.

A quarta fase também é beneficiada pelo uso das bases de dados. Conte (2018, p. 90) afirma que isso desencadeou “[...] a incorporação de novos recursos e linguagens de programação a fim de se criarem produtos mais dinâmicos e mais bem elaborados”. Conforme a autora, além das bases de dados atuando como agentes do processo de convergência, a quarta geração é marcada por equipes especializadas nas redações, o amplo acesso a conexões de banda larga, sistemas de gerenciamento de conteúdo e de diversas outras possibilidades criadas a partir da junção de recursos e tecnologias digitais.

3.2.5 Quinta geração

A quinta geração da evolução do jornalismo na *internet* caracteriza-se pela ascensão do jornalismo para dispositivos móveis. Conforme Conde (2018), durante o

desenvolvimento do jornalismo digital, novos dispositivos e plataformas de acesso e produção de conteúdo como os *tablets* e *smartphones* foram desenvolvidos. Por conta disso, surge o jornalismo para dispositivos móveis e a criação de produtos autóctones, ou seja, produtos desenvolvidos exclusivamente para os dispositivos móveis, “com experiências tanto em nível nacional quanto mundial, atreladas a discussões sobre formatos, mobilidade e consumo de informações jornalísticas.” (CONDE, 2018, p. 108).

Um aspecto diferenciador dessa nova fase é a tatilidade⁵ ou tateabilidade, que designa aquilo que é tátil, que pode ser sentido ou manuseado a partir do tato. Ainda segundo a autora, a quinta geração se caracteriza pela já citada presença das mídias móveis e a integração com o Jornalismo Digital em Base de Dados. Ademais, agrega o processo de convergência jornalística e a distribuição multiplataforma.

A criação de conteúdos aprofundados e completos, um movimento iniciado na quarta geração com o JDBD, aliado ao desenvolvimento de produtos exclusivos para dispositivos móveis introduzem um ciclo de inovação na produção de conteúdo jornalísticos, “porque reconfiguram todas as etapas de produção, circulação e consumo dos produtos jornalísticos multiplataformas.” (LORENZI, 2019, p. 27).

3.2.6 Características do Jornalismo Digital

Após a inserção do jornalismo nos ambientes digitais, por meio das cinco fases mencionadas, podem ser identificadas sete características que definem o Jornalismo Digital. De acordo com Lorenzi (2019), elas são a hipertextualidade, multimídia, interatividade, instantaneidade, personalização, memória e ubiquidade. São essas características que diferenciam o que é produzido na *web* do que é produzido em outros meios.

De acordo com Canavilhas (2014), no jornalismo *on-line* o recurso mais utilizado é a hipertextualidade ou *hiperlink*. Um recurso aplicado para fazer com que a informação esteja disponível ao alcance do leitor naquele instante. O uso da hipertextualidade está ligado à imprensa escrita, na qual os jornalistas trabalham com a seleção das informações por conta de fatores limitantes como o espaço. Sua

⁵ Com a tatilidade, a partir do *touchscreen*, o usuário é capaz de interagir, de tocar e controlar o conteúdo produzido. É possível aumentar, diminuir, ou seja, influencia na forma de apresentação e interação com o conteúdo.

aplicação deve-se principalmente ao fato de que agrega ao leitor mais níveis de informação. Visto que, ao conteúdo podem ser integrados *links* que direcionam para outros conteúdos que, por sua vez, complementam a informação. Contudo, Canavilhas (2014) alerta que a hipertextualidade deve ser utilizada de maneira sensata. A aplicação excessiva de *hiperlinks* causa distração durante a leitura, pois dispersa a atenção dos usuários para múltiplas direções.

Outra característica, a interatividade, refere-se à capacidade do leitor ter autonomia para participar da comunicação, selecionar os conteúdos e contribuir para a configuração de um produto interativo. De acordo com Lorenzi (2019), esse processo de transferência de poder ao leitor ocorre quando existe a possibilidade de múltiplos caminhos de navegação, na qual o leitor tem controle sobre o ritmo e a frequência da leitura. Conde (2018) complementa que nesse processo, os usuários sentem-se parte do processo ao poder participar de fóruns de discussão, salas para *chat* e troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas.

Outra característica do *ciberjornalismo* é a personalização. Ainda conforme Conde (2018), o jornalismo digital oferece ao leitor a possibilidade de configurar o produto jornalístico de acordo com suas preferências, selecionando as categorias que mais lhe interessam como, por exemplo, preterir a seção de economia em vez do entretenimento. Ou seja, construir a visualização e acesso aos conteúdos de acordo com seus interesses. Para Prado (2011), a personalização faz com que o usuário consuma apenas o que lhe convier. Isso ocorre devido à abundância de conteúdos disponibilizados nas redes. Portanto, faz-se necessário uma seleção, visto que não é possível consumir toda a oferta disponível.

Conde (2018) destaca também que as redes sociais oferecem ao usuário a opção de customização, que se difere da personalização pelo fato de ser automática. Nesses casos, as redes sociais como o *Facebook*, por meio da inteligência artificial, analisam as preferências do usuário com base nas atividades realizadas dentro da ferramenta, como as curtidas e reações. A partir dessas informações, o algoritmo identifica as preferências e constrói a página inicial do usuário de acordo com opções semelhantes.

A abundância de conteúdos disponíveis explica outra característica do jornalismo digital: a memória. A memória possibilita ao jornalismo no meio *on-line* armazenar mais informações do que no jornalismo impresso. Ou seja, é muito mais viável acessar uma matéria de dez anos atrás por meio do computador do que

procurando nas edições impressas. Conforme Conde (2018), isso se deve ao fato de que na *internet*, o jornalismo tem à sua disposição, um espaço praticamente ilimitado.

Outra característica representativa do Jornalismo na *internet* é a atualização contínua. Além de produzir e distribuir com rapidez, o Jornalismo digital tem a possibilidade de atualizar seu conteúdo continuamente. Tal característica, de acordo com Conde (2018), possibilitou o surgimento das chamadas últimas notícias. Ou seja, o conteúdo jornalístico é atualizado de maneira extremamente ágil e contínua, no momento que os fatos desenrolam-se.

Além disso, outra característica do jornalismo digital é a ubiquidade. O conceito aborda a capacidade do jornalismo de estar presente, ser encontrado em todo lugar. No contexto do jornalismo,

ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso, potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem, não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. Além disso, o conteúdo noticioso emana de uma variedade de fontes cada vez mais ubíquas, incluindo câmeras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à *internet*. (PAVLIK, 2014, p. 160).

Uma característica que terá bastante destaque nesse projeto é a multimídia. A multimídia no jornalismo é utilizada há tempos, como por exemplo, quando o jornal impresso anexava figuras e a televisão misturava som, imagem e vídeo. Contudo, com a inserção do jornalismo na rede, o uso desse recurso se torna fundamental. Com ele, é possível, num único local, ler, assistir e ouvir o conteúdo jornalístico. Para Prado (2011), as multimídias (áudio, vídeo, imagens em movimento, gráficos animado) podem ser definidas como “circundante e vem convergindo na mesma linha do tempo da *web*, podemos chamar o que presenciamos de pós-convergência.” (PRADO, 2011, p. 125).

Para Paula Filho (2011), multimídia pode ser entendido como todos os sistemas e programas nos quais a comunicação dá-se por meio de diversos meios de transmissão da informação como som e imagem animada, além da imagem estática, proporcionando diferentes graus de interação. “A multimídia requer, especificamente, o computador como meio de apresentação.” (PAULA FILHO, 2011, p. 2).

Como citado anteriormente, o jornalismo traz desde sua origem o fator multimídia, contudo ele não era aplicado de forma consistente devido aos custos adicionais. No cenário atual, esse fator não é mais um impeditivo. Segundo Paula

Filho (2011, p. 3), “os primeiros ambientes gráficos, por seu custo mais alto, eram usados apenas em aplicações em que o modo gráfico de trabalho era essencial, como editoração eletrônica e projeto assistido por computador.”

De acordo com Conde (2018, p. 56), a narrativa hipermídia traz a possibilidade de “transmitir ao público as notícias de forma mais rica nos contextos histórico, político e cultural, nos quais a percepção dos sentidos ocorre por meio de um processo de envolvimento do público com a narrativa”. O autor acrescenta que, além de oferecer aprofundamento e contextualização e acrescentar informações, os elementos devem ser aplicados de modo a atrair o leitor, proporcionar novas experiências e explorar os diferentes sentidos da percepção humana através de variados meios.

As ideias de Paula Filho (2011) e Conde (2018) convergem ao afirmar que a ordem dos conteúdos hipermídias é determinada pelo usuário, pois as informações estão dispostas de forma multilinear, ou seja, sons, textos e imagens estão conectados por *links*.

Por outro lado, Salaverría (2014) vai ainda mais longe ao afirmar que a comunicação humana sempre foi multimídia. Segundo o autor, os seres humanos sempre perceberam o mundo por meio dos cinco sentidos: visão, audição, tato, olfato e paladar. Por conta disso, sua forma de comunicação se reflete nessa característica fazendo com que se comuniquem agregando diversos sentidos, como por exemplo, ao gesticular enquanto falamos.

Além disso, de acordo com o autor, o conceito de multimídia pode ser entendido sob três perspectivas: como multiplataforma, como polivalência e como combinação de linguagens. Neste projeto, foca-se na terceira concepção, a multimídia como combinação de linguagens, pois esta se encaixa de forma mais precisa no uso dos recursos multimídia no jornalismo. Esta terceira aceção de multimídia também é a mais usual.

De acordo com Salaverría (2014), os conteúdos que se expressam por meio de um único tipo de linguagem são considerados conteúdos monomídia, como o rádio que só tem um tipo de linguagem: o som. Por outro lado, todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem associados entre si são, por natureza, multimídia. “Dito de outro modo, qualquer mensagem que não seja monomídia é multimídia.” (SALAVERRÍA, 2014, p. 30).

A partir da utilização das bases de dados, as novas formas de produção do jornalismo se diferem também pelas formas de apresentar o conteúdo por meio de ferramentas como a visualização de informação e a infografia. Lorenzi (2019) destaca ainda que o Jornalismo Digital contou também com o aumento dos acessos à conexão banda larga, o que culminou com a expansão da produção de visualizações interativas, multimídia e ligadas a bases de dados.

Nota-se que com o surgimento da *internet* e as consequentes mudanças na sociedade, o processo de fazer jornalístico modifica-se para condizer com as formas de produção, reprodução e disseminação de informações. Para Conde (2018, p. 16), esse processo é “fruto da sociedade em rede em que a audiência pode comunicar-se sem restrições de tempo e de espaço”.

3.3 VISUALIZAÇÃO DE DADOS

O uso combinado de texto, imagens, som e vídeo em produtos jornalísticos resulta em novas formas de apresentar o conteúdo produzido. Surge, portanto, o termo “Jornalismo Visual”. Ao definir jornalismo visual como a incorporação de diferentes formatos, Guimarães (2012) destaca que dessa forma pode-se considerar que esse formato de jornalismo existe há muito tempo, desde os primórdios do jornalismo. Lorenzi (2019) corrobora com essa afirmação ao destacar que o jornal impresso surge a partir das características dos livros e ganha características próprias conforme o tempo passa e as tecnologias se desenvolvem e se aperfeiçoam.

De acordo com Guimarães (2012), esse formato de jornalismo possui várias definições dentre elas: *design* da informação, visualização de informação e infografia, Jornalismo Gráfico, diagramação, arte gráfica, produção gráfica, edição gráfica, *design* de notícias, visualização de dados e infografia.

Contudo, dentre tantas possibilidades, o termo Jornalismo Visual é o mais empregado, pois não restringe o formato a um veículo, a um suporte ou a um processo, dando ênfase para o próprio jornalismo, conforme Guimarães (2012).

Essa forma de apresentação dos dados apresenta algumas características imprescindíveis quanto a sua função e apresentação:

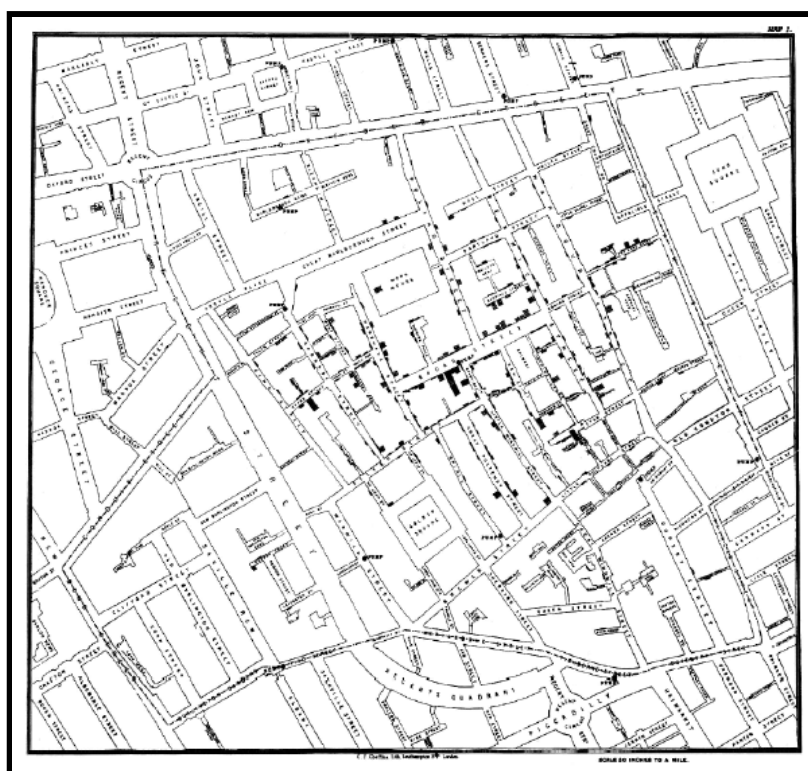
- (1) a ligação com a função de explicar fenômenos complexos que de outras maneiras discursivas não seriam tão efetivos; além de (2) ampliar a cognição dos usuários sobre as informações, oferecendo mais de uma entrada possível

para a leitura. Sobre a forma, apresenta-se como definidora (3) a relação e relevância da imagem, ou elementos icônicos, para a construção de camadas informativas à narrativa, além de (4) uma articulação de sistemas texto-visuais como métodos de transmissão da informação. (LORENZI, 2019, p. 60)

De forma geral, pode-se afirmar que essa representação da informação, que trata de dados ou conhecimentos específicos, é utilizada com o propósito de ampliar a compreensão do público sobre um determinado conjunto de dados ou informações dentro da narrativa jornalística. “A visualização de informação contempla, portanto, múltiplas formas de manifestação gráfica, uma vez que se trata de maneiras como a informação é apresentada.” (LORENZI, 2019, p. 64).

Lorenzi (2019) relata que um dos primeiros registros conhecidos de eficiência da visualização de informação foi o caso do médico inglês John Snow, que elaborou um mapa e reuniu um conjunto de evidências a respeito das possíveis causas de um surto de cólera na cidade de Londres, em 1854. O mapa foi tão certo que auxiliou a descobrir que a cólera é transmitida pela água. Por meio de seu mapa, o médico identificou que as pessoas infectadas transitavam perto de onde estavam localizados os poços de água utilizados pelos moradores.

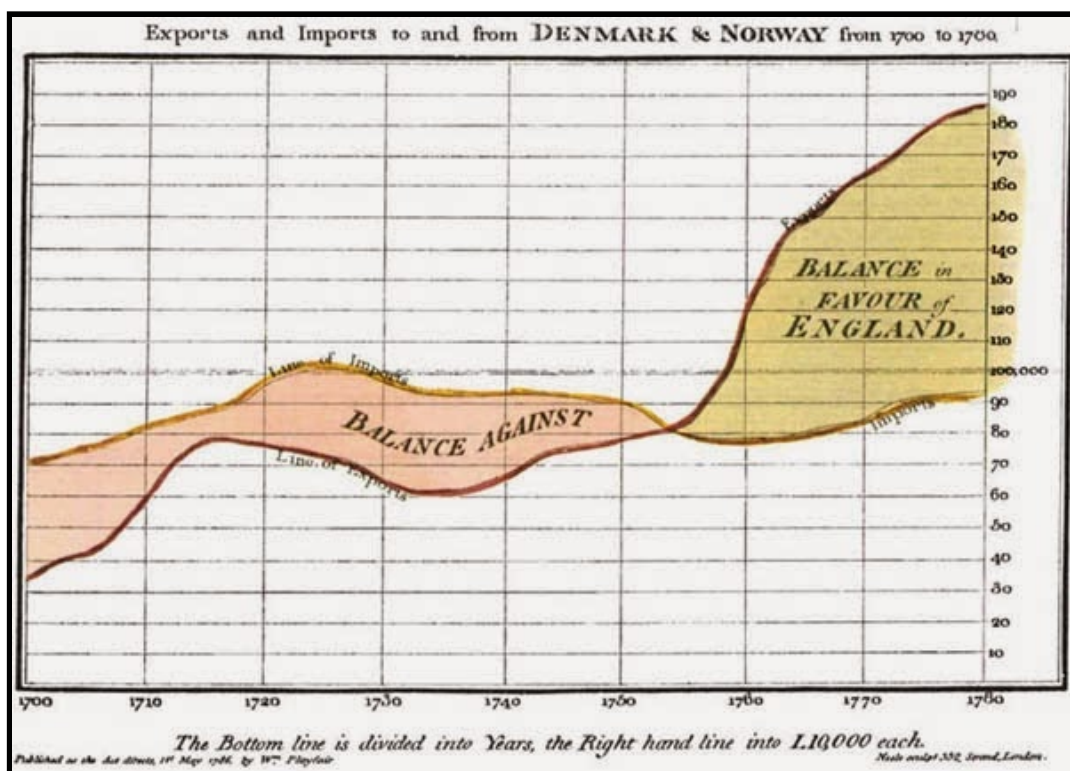
Ilustração 2 - Mapa de Snow descobre a fonte transmissora de cólera



Fonte: site Nexo Jornal (2019)

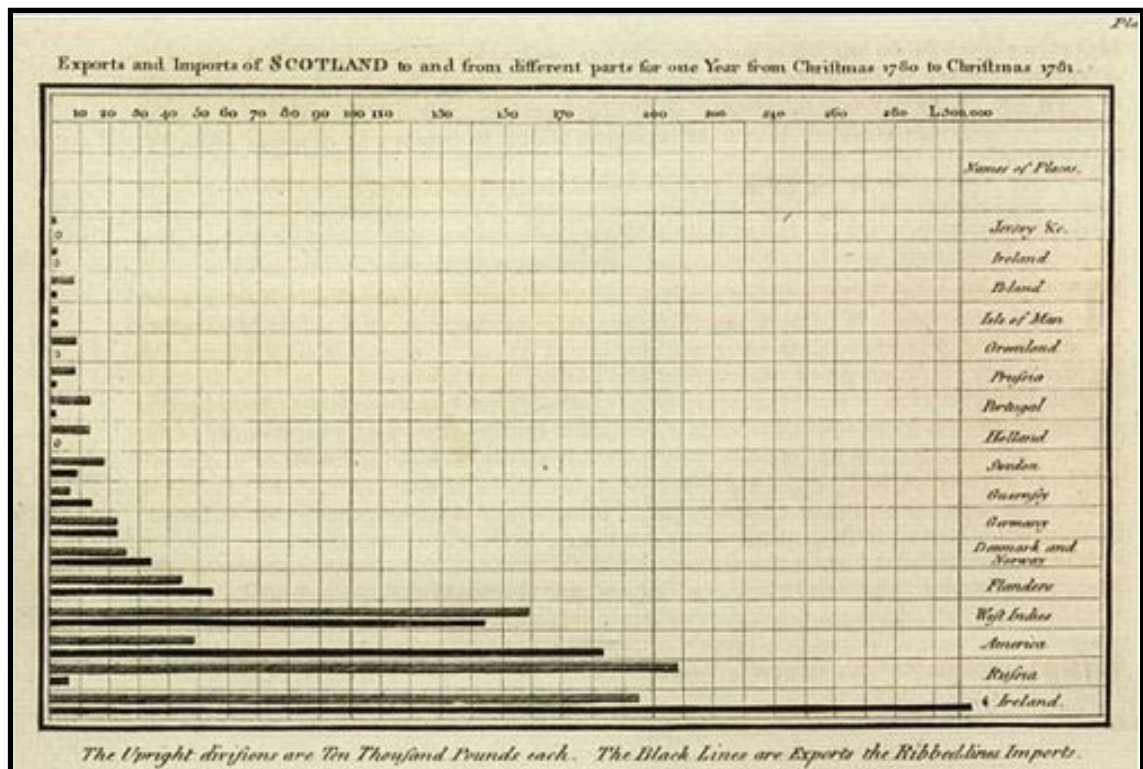
Além de Snow, o cientista e matemático Johann Heinrich Lambert (1728-1777) e o economista político inglês William Playfair (1759-1823) também ficaram conhecidos pela aplicação de técnicas de visualização de dados. Principalmente, William Playfair, pois, de acordo com Lorenzi (2019), ele foi responsável pelo desenvolvimento de diversos tipos de visualizações, como os gráficos de barras e de *pizza* (Ilustração 3, 4 e 5), elaborando alguns dos mais relevantes e eficientes tipos de gráficos estatísticos utilizados até hoje. Durante a Revolução Americana, no século XVIII, ele utilizou linhas e barras para representar variações quantitativas ao longo do tempo.

Ilustração 3 - Gráfico da balança comercial da Playfair de 1786



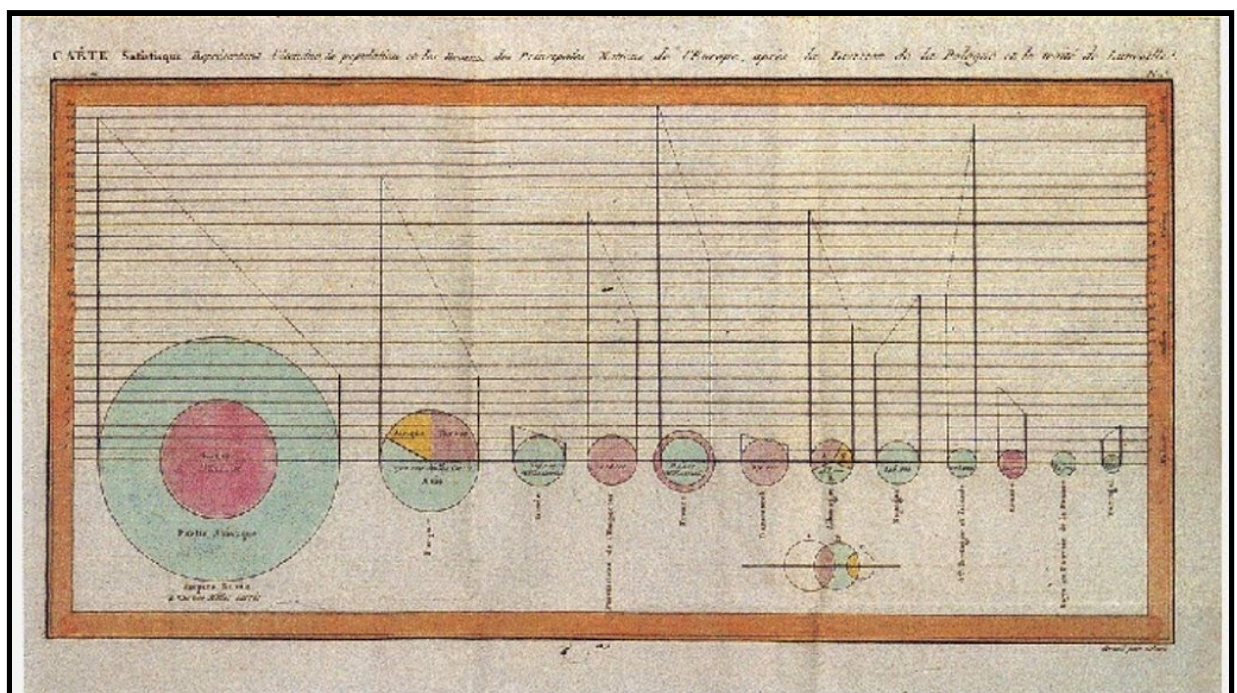
Fonte: site Wikipedia (2021).

Ilustração 4 - Importações e exportações da Escócia para 17 países em 1781



Fonte: site Wikipedia (2021).

Ilustração 5 - Gráficos de Tortas da Playfair de 1786



Fonte: site Wikipedia (2021).

O autor complementa que as guerras também impulsionaram a visualização de dados. Visto que durante guerras como a da Crimeia (1853-1856), da Secessão (1861-1865) e do Golfo (1990-1991), devido à dificuldade de acesso às informações, os jornalistas utilizaram em larga escala recursos como ilustrações e desenhos dos campos onde aconteciam os conflitos.

Segundo relata Lorenzi (2019), devido à dificuldade de produzir conteúdo com a presença de recursos visuais, a maioria das publicações eram de caráter ilustrativo ou humorístico, não informacional. Com a popularização dos computadores e dispositivos tecnológicos, o jornalismo pode produzir e editar informações rapidamente utilizando plenamente a visualização de dados. O autor ressalta que entre 1984 e 1989, a média de gráficos informativos utilizados em veículos jornalísticos americanos triplicou, evidenciando a visualização de informação como um novo campo de atuação jornalística que ganhava força.

Para Lorenzi (2019), veículos que utilizam jornalismo com base de dados demonstram uma tendência maior para explorar as possibilidades da visualização de dados, aplicando-as para “operar e tratar as informações encontradas em bases de dados com metodologias estatísticas mais elaboradas, complexificando o conteúdo apresentado.” (LORENZI, 2019, p. 134).

3.3.1 Recursos multimídia

Como citado anteriormente, a multimídia cria, por meio de diversos recursos, a visualização dos dados. Os elementos presentes nessa forma de apresentação dos conteúdos são o texto, a imagem ou fotografia, gráficos, iconografia e ilustrações, infográficos, símbolos e ícones, ilustrações, imagens dinâmicas ou animações, vídeo, discurso oral, música e efeitos sonoros.

3.3.1.1 Texto

O texto é um elemento primordial do jornalismo e, com a expansão das redações multimídia, permanece como um elemento chave nos formatos de visualização. Salaverría (2014, p. 33) define o texto como “a coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimídia. O texto atua como elemento de

contextualização e de documentação por excelência”. Ao mesmo tempo que informa o usuário sobre partes essenciais, indica o conteúdo de forma racional e interpretativa e consolida-se como componente imprescindível para aquele que deseja explorar as possibilidades da comunicação multimídia (Ilustração 6).

Ilustração 6 - Texto na narrativa hipermídia

Muitas das histórias retratadas na série foram contadas por leitores da **Pública** através do questionário de investigação participativa. Nesta iniciativa pioneira, os relatos do público sobre as desigualdades e injustiças ligadas à pandemia são investigados e transformados em reportagem pela nossa equipe.

Contribuições de pessoas de todo o Brasil pintaram um retrato pouco conhecido: de norte a sul, prefeituras oferecem “kits Covid” com medicamentos ineficazes, prometendo, de forma ilusória, prevenir ou curar a doença que já matou mais de 150 mil brasileiros. Em pelo menos oito cidades da série, incluindo Mirandópolis e Porto Feliz, ambas no interior de São Paulo, moradores relataram que os medicamentos foram entregues mesmo sem o resultado do teste para a Covid-19.

“Remédio para o povo” entra na disputa eleitoral

Embora seja amplamente questionado pela comunidade médica e científica brasileira, existe um protocolo do Ministério da Saúde que permite o uso da cloroquina para a Covid-19. A ivermectina, em compensação, não tem nem isso.

Fonte: A Pública (2020).

3.3.1.2 Imagem

Na narrativa multimídia, a imagem ou fotografia também é elemento constante. Para Salaverría (2014), esse recurso, juntamente com o vídeo, foi o mais impulsionado com a inserção do jornalismo no digital. Conforme Guimarães (2012), as imagens encontradas nos impressos utilizavam a mesma prática de iluminuras dos manuscritos medievais. Os impressos eram compostos com gravuras artesanais e, posteriormente, passaram a utilizar as gravuras mecânicas. A partir do invento da impressão litográfica, por Alois Senefelder em 1796, o uso desse recurso se tornou viável industrialmente em meados do séc. XIX.

Apesar de já serem utilizadas há muito tempo, com o surgimento da *internet*, a imagem democratizou-se e tem uma presença ubíqua no on-line. Ainda de acordo com o autor, o digital libertou a fotografia de limitações como a falta de espaço no papel. Cenário que não ocorre na *internet*, onde o espaço é ilimitado em relação a número e formato.

Vale destacar que o tamanho, inclusive, ganha novas funcionalidades na *internet*, pois nesse ambiente é possível trabalhar com diversos tamanhos que também agregam nas visualizações, mesclando entre imagens grandes, pequenas e/ou cortadas. Conforme Salaverría (2014), a imagem também pode ser trabalhada no seu formato para contribuir com a linguagem multimídia. Além da imagem estática, “também existe a possibilidade de assumirem formas como as panorâmicas de 360°, carrosséis, fotografias de geolocalização, *zoom* de alta definição, etc.” (SALAVERRÍA, 2014, p. 34).

Ilustração 7 - Imagem na narrativa hipermídia



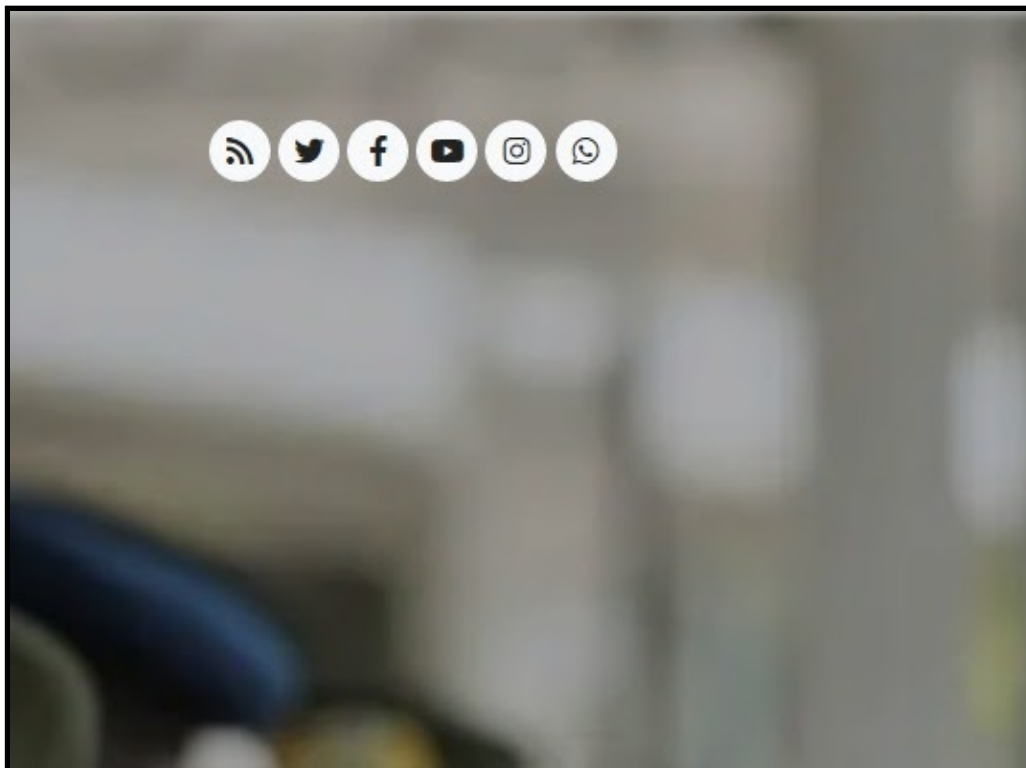
Fonte: site A Pública (2020).

3.3.1.3 Gráficos, ilustrações e símbolos

Outros elementos presentes na nova narrativa são gráficos, iconografia e ilustrações ou símbolos. Em relação aos últimos, Salaverría (2014) destaca que na

web, em um ambiente onde o usuário precisa tomar decisões para chegar a uma página, os ícones atuam como sinalizadores que orientam o leitor e o direcionam como, por exemplo, os ícones de casa, telefone ou *e-mail*.

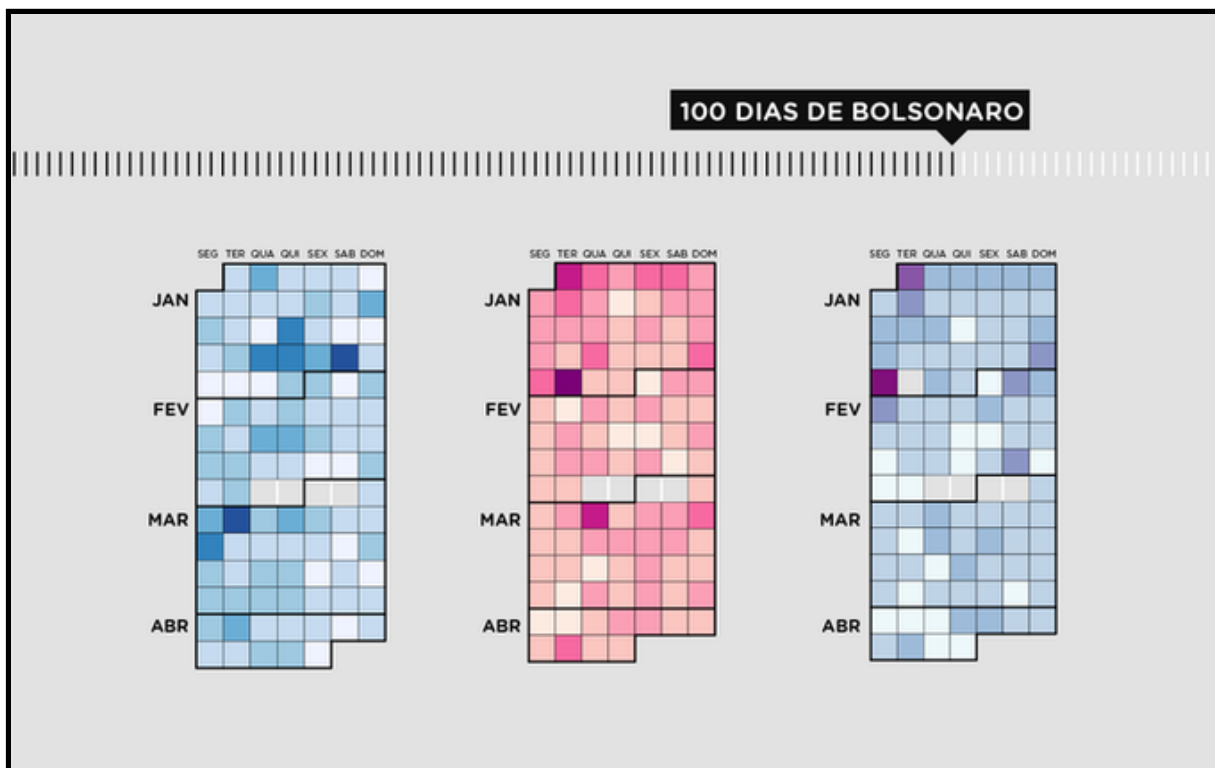
Ilustração 8 - Ícones e símbolos na narrativa hipermídia



Fonte: site A Pública (2020).

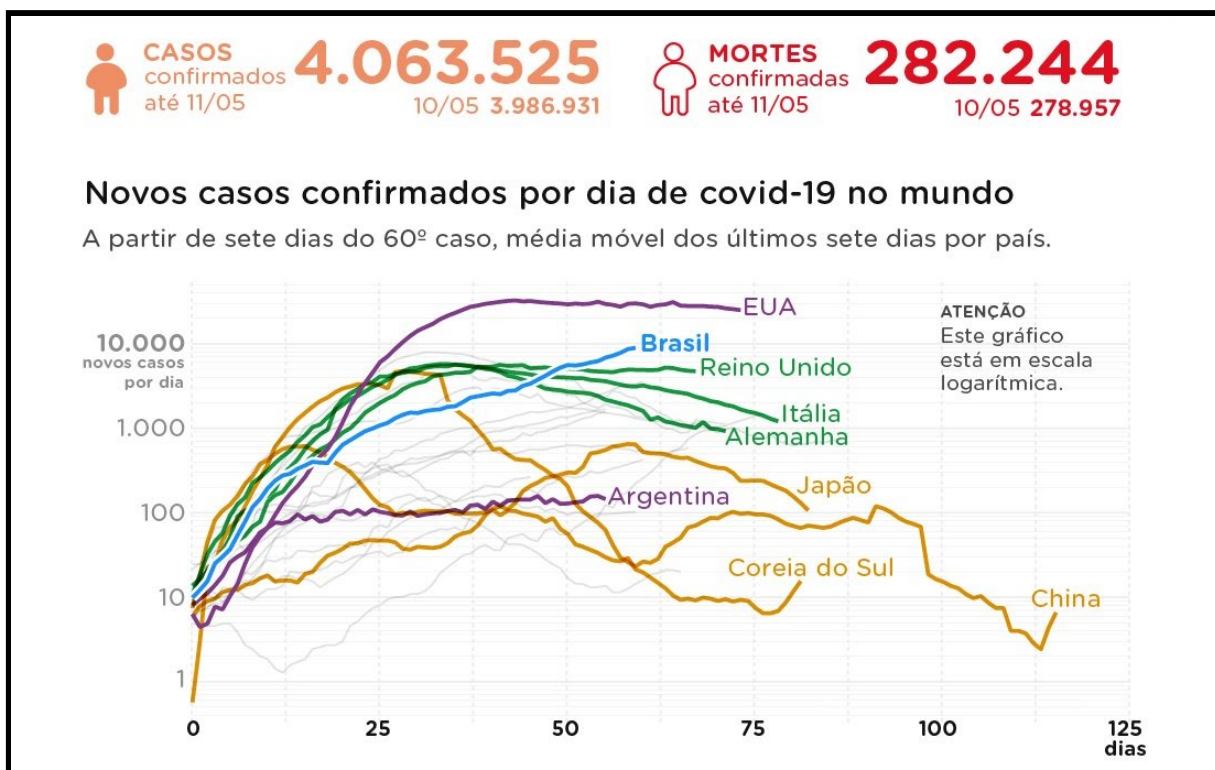
Já quanto aos gráficos, eles são representações visuais de uma ou mais informações, organizadas a partir de eixos cartesianos, alguns exemplos são os diagramas, organogramas, mapas, gráficos estatísticos e gráficos de redes relacionais (Ilustrações 9 e 10). Por sua vez, de acordo com Lorenzi (2019, p. 65), os infográficos “são expressões gráficas mais ou menos complexas que explicam ou elucidam os leitores sobre algum fato ou acontecimento”. O autor destaca que elas constituem uma unidade narrativa própria, que pode estar configurada de forma independente ou complementar à narrativa principal.

Ilustração 9 - Infográficos na narrativa hipermídia



Fonte: Nexo Jornal (2019).

Ilustração 10 - Representações visuais de uma ou mais informações



Fonte: site Nexo Jornal (2020).

No que diz respeito ao uso de ilustrações, elas são aplicadas para representar um objeto, contexto ou acontecimento a partir do desenho de um ou mais artistas gráficos. Ainda segundo Lorenzi (2019), as ilustrações podem ser utilizadas para representar o humor, a crítica e até mesmo informações de caráter científico (Ilustração 11).

Ilustração 11 - Ilustrações na narrativa hipermídia



Fonte: The Intercept Brasil (2021).

3.3.1.4 Animações

Outro recurso aplicado nas narrativas jornalísticas são as animações, originalmente chamadas de imagens dinâmicas ou iconografia animada. Lorenzi (2019) as caracteriza como imagens em movimento, em suas mais diversas formas, que vão desde animações e vídeos (Ilustração 12).

Salaverría (2014) complementa que as animações são imagens ou ilustrações geradas por computadores, nas quais adiciona-se movimento e que

podem ser encontradas em duas ou três dimensões. Conforme o autor, esse recurso era restrito ao uso em jogos e conteúdos de entretenimento, contudo, no século XXI passam a integrar a narrativa jornalística multimídia.

Ilustração 12 - Animações na narrativa hipermídia



Fonte: Gama Revista (2021).

3.3.1.5 Vídeo

Assim como a imagem, o vídeo também é um elemento muito potencializado no digital (Ilustração 13). Ainda conforme Salaverría (2014, p. 35), “o vídeo na *internet* adquire características que o distinguem dos conteúdos audiovisuais elaborados para outras plataformas, sobretudo para a televisão”. Segundo o autor, o vídeo para televisão é construído de forma a ter durações mais longas, enquanto no digital os vídeos são relativamente mais curtos e geram no consumidor um comportamento mais ativo. Um contraste com a televisão, na qual normalmente os conteúdos são consumidos de forma passiva.

Ilustração 13 - Vídeos na narrativa hipermídia



Fonte: The Intercept Brasil (2021).

Isso ocorre, pois na *internet* o usuário tem a disponibilidade de controlar a visualização, avançando ou retrocedendo o vídeo, até mesmo acelerando ou diminuindo a velocidade das falas. “Em suma, o vídeo converteu-se num ingrediente de enorme importância para a narrativa multimídia.” (SALAVERRÍA, 2014, p. 36).

3.3.1.6 Discurso oral

Apesar de ser utilizado de forma mais escassa, mas que também acrescenta valor à narrativa quando bem empregado, é o discurso oral. Geralmente, o som é utilizado para complementar informações presentes nas imagens, contudo ele também pode ser utilizado de forma isolada.

Salaverría (2014, p. 36) ressalta que é graças ao som que “é possível situar o utilizador no figurino apresentado [...] ou intensificar a emotividade daquilo que se narra mediante diferentes efeitos sonoros e musicais”. Entretanto, o autor faz uma distinção. Para ele, o som deve ser dividido em discurso oral e música e os efeitos sonoros, pois ambos são aplicados de maneira distintas nos conteúdos multimídia.

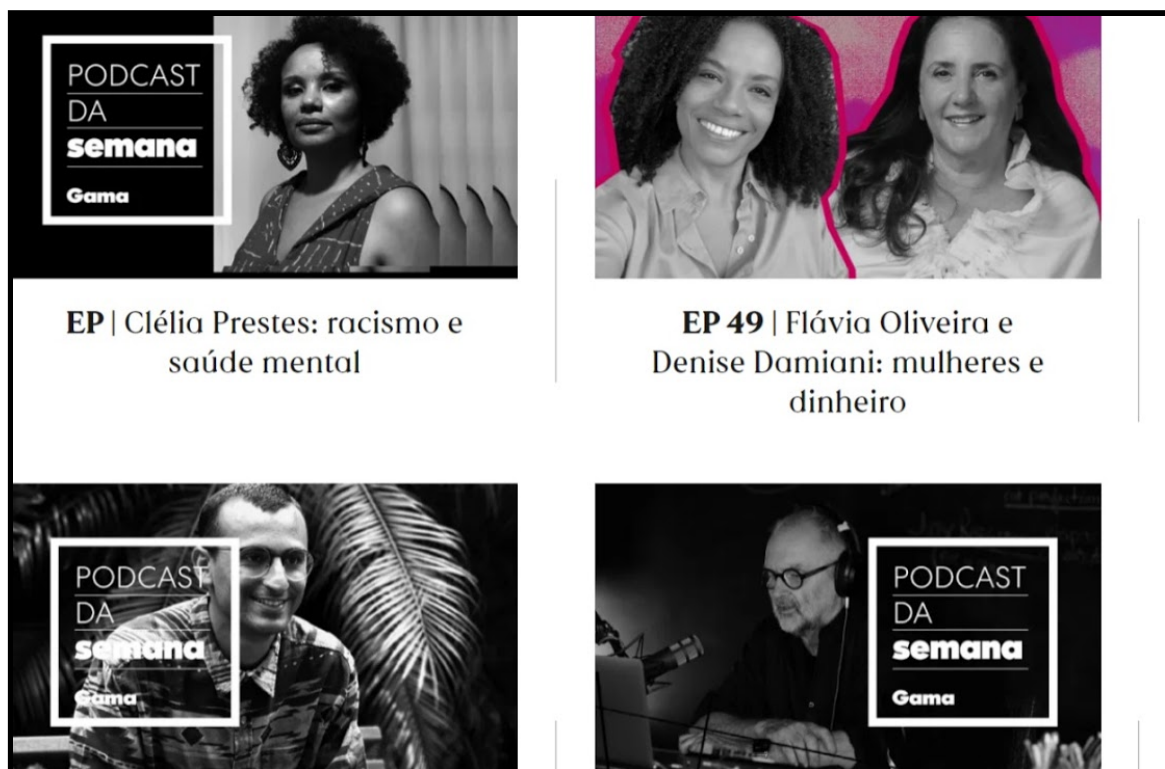
No discurso oral, o som é encontrado na sua forma pura, sem alterações ou modificações como edição e acréscimo de trilha sonora. Por outro lado, na música e efeitos sonoros, o som pode ser alterado e editado.

3.3.1.7 Música e efeitos sonoros

Por fim, o último elemento são a música e os efeitos sonoros e, por vezes, o som ambiente (Ilustração 14). O uso desse recurso remonta ao cinema com o acréscimo do som e consequente enriquecimento das imagens, ao qual posteriormente foi amplificado com a aplicação de efeitos sonoros. “Estes elementos acentuam a intensidade emocional e acrescentam veracidade àquilo que se mostra através das imagens.” (SALAVERRÍA, 2014, p. 37).

Com a aplicação dos recursos multimídia, o jornalismo digital demonstra sua intenção de diferenciar-se nas redes, complementar sua narrativa e oferecer conteúdo rico e aprofundado aos leitores.

Ilustração 14 - Música e efeitos sonoros na narrativa hipermídia



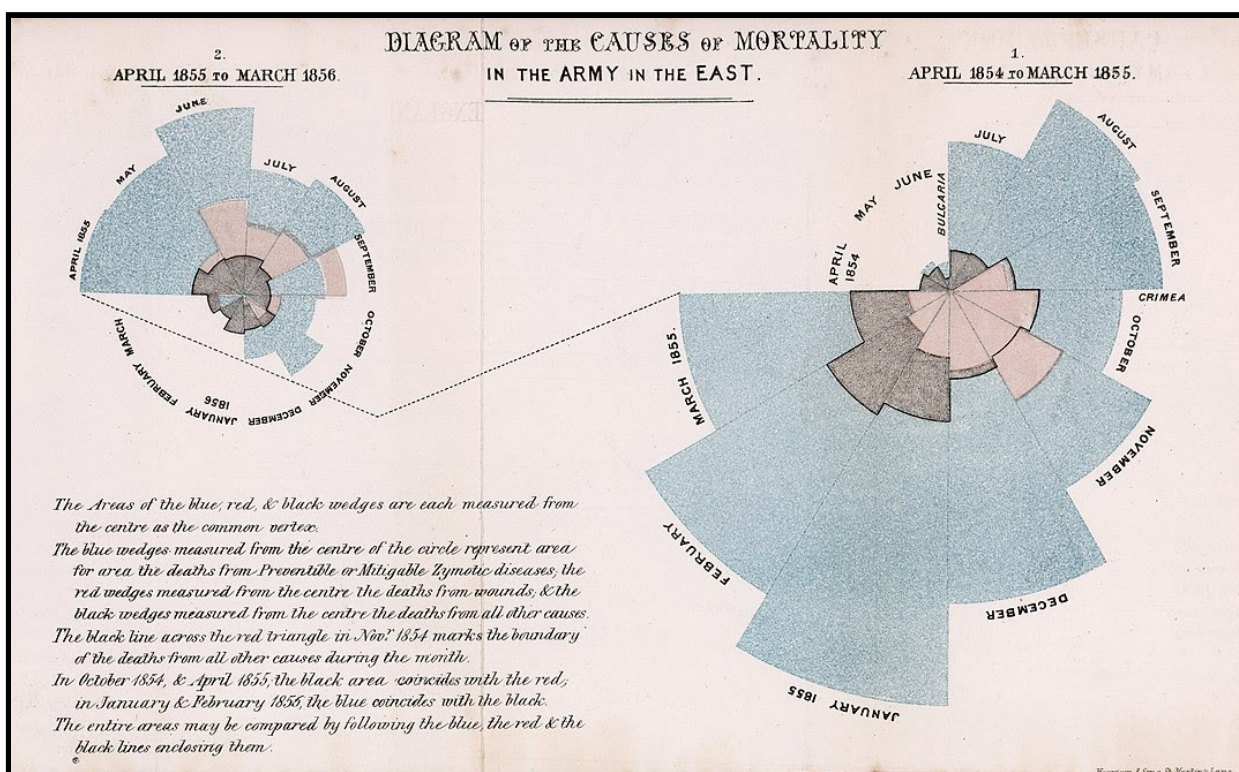
Fonte: Gama Revista (2021).

3.4 PRINCIPAIS CONCEITOS JORNALISMO DE DADOS

A integração entre jornalismo e dados não se trata de um fenômeno novo. Segundo Gray, Bounegru e Chambers (2014), o primeiro exemplo de jornalismo de dados remonta a 1821, no jornal *Guardian*. Isso ocorreu por meio do vazamento de uma tabela com dados sobre as escolas de Manchester, nos Estados Unidos. A tabela listava o número de alunos que frequentavam as escolas e os custos por aluno. A partir dessas informações, foi possível mensurar a quantidade de alunos que recebiam ensino gratuito, visto que os dados da tabela contrariavam os números oficiais.

Conforme Gray, Bounegru e Chambers (2014), outro exemplo inicial de Jornalismo de Dados pode ser encontrado na Europa. Em 1858, Florence Nightingale usou gráficos para defender melhorias na saúde. O relatório “*Mortality of the British Army*”, publicado em 1858, continha gráficos visuais demonstrando que a principal causa da morte dos soldados eram doenças evitáveis contraídas no hospital em vez de perfurações de balas.

Ilustração 15 - Diagrama das causas de mortalidade do exército do Oeste



Fonte: site *British Monarchy/Wikimedia Commons*.

Pode-se observar outros exemplos de usos isolados e pioneiros de jornalismo com auxílio de dados e computação. Em 1952, a emissora CBS se valeu da Reportagem Assistida por Computador (RAC), em inglês *Computer-Assisted Reporting* (CAR), para verificar o resultado da eleição presidencial. Desde a década de 1960, “jornalistas têm procurado monitorar o poder de forma independente, analisando bancos de dados de registros públicos com métodos científicos.” (GRAY; BOUNEGRU; CHAMBERS, 2014, p. 29).

Dessa forma, o jornalismo de dados é uma evolução do jornalismo derivada de outros modelos anteriores. O modelo de “Jornalismo de Precisão” é um deles. O termo foi cunhado na década de 1970 pelo jornalista Philip Meyer. Para Meyer (2002), a prática jornalística deveria incluir a aplicação de métodos de pesquisa de ciências sociais e comportamentais.

O Jornalismo de Precisão nasceu em resposta ao “Novo Jornalismo”⁶. Esse modelo aplicava técnicas de ficção às narrativas jornalísticas. O jornalista Philip Meyer discorda da escrita literária e, em vez disso, propôs uma aproximação do jornalismo ao método científico. “Uma solução melhor é empurrar o jornalismo para o lado da ciência, incorporando suas poderosas ferramentas de coleta e análise de dados e sua busca disciplinada pela verdade verificável.” (MEYER, 2002, p. 3).

Contudo, ações como as de Philip Meyer representavam iniciativas isoladas. Foi graças à popularização dos microcomputadores nas redações jornalísticas, entre 1980 e 1990, que o Jornalismo de Precisão alavancou. Mas a nomenclatura teve vida

⁶ O Novo Jornalismo ou Jornalismo Literário surgiu nos anos 1960 e modificou a forma de fazer jornalismo. Wolfe (2005) destaca que o diferencial do Novo Jornalismo era utilizar o narrador para chegar ao leitor, não de forma comum, mas ao intimidá-los, insultá-los e provocá-los com ironia. Se um “[...] novo estilo literário pudesse ter origem no jornalismo, era razoável achar que o jornalismo podia aspirar a algo mais que a simples imitação daqueles gigantes envelhecidos, os romancistas.” (WOLFE, 2005, p. 39). Essa nova forma de escrever rompe todos os padrões do jornalismo. “A ideia era dar a descrição objetiva completa, mais alguma coisa que os leitores sempre tiveram de procurar em romances e contos: a vida subjetiva ou emocional dos personagens.” (WOLFE, 2005, p. 37). O autor complementa que por volta de 1966, surgiram reportagens escritas por jornalistas capazes de adentrar em qualquer ambiente em busca de uma boa história. Além disso, Wolfe (2005) destaca que o Novo Jornalismo mostrou algo bem interessante nos anos 1960: jornalistas aprendendo as técnicas do realismo, adquiridas por meio da experiência e do erro. Os jornalistas começaram a descobrir os “recursos que deram ao romance realista seu poder único, conhecido entre outras coisas por seu “imediatismo”, sua “realidade concreta”, seu “envolvimento emocional”, sua qualidade “absorvente” ou “fascinante”.” (WOLFE, 2005, p. 53). Wolfe é reconhecido por agregar elementos como pontuação constante e modo de escrever voltado a reproduzir a maneira de pensar das pessoas. Dessa forma, o Novo Jornalismo vai além de narrar o fato, ele agrega elementos de narrativa escrita com elementos literários. Alguns autores desse movimento foram Gay Talese, Jimmy Breslin, Hunter S. Thompson, Joan Didion, John Sack e Michael Herr, além do próprio Tom Wolfe.

curta, pois conforme explica Träsel (2013), o termo “Jornalismo de Precisão” acabou sendo abandonado e substituído por “Reportagem Assistida por Computador”. Este último, na primeira década dos anos 2000, também foi alterado para “Jornalismo de Dados” ou “Jornalismo Guiado por Dados”.

Depois do Jornalismo de Precisão e o surgimento das redações informatizadas, a popularização da *internet* impulsionou de vez o jornalismo de dados no mundo. Isso porque permitiu a criação de bases de informação facilmente acessíveis. Entretanto, “[...] boa parte do volume de dados gerados não era usada com intensidade pelos jornalistas até o fim da década de 2000, pela dificuldade em lidar com a complexidade das correlações estatísticas.” (MAFRA, 2019). Ou seja, os dados não eram utilizados amplamente pela dificuldade de coletar e organizar de forma manual. Maфра (2019) explica que esse problema logo seria contornado pelo surgimento de ferramentas gratuitas que organizam automaticamente os dados como o editor de planilha *Microsoft Excel*.

O termo “*Data-Driven Journalism*”⁷ foi empregado pela primeira vez em 2006, pelo fundador da *startup web* de notícias *Every Block*, Adrian Holovaty. Para Holovaty, “[...] os jornalistas devem publicar dados estruturados e legíveis por máquina, ao lado da tradicional 'grande bolha de texto’” (GRAY; BOUNEGRU; CHAMBERS, 2014, p. 28).

Se antes as redações eram abarrotadas de papéis e arquivos, o computador e a *internet* mudaram esse cenário. O que antes demoraria horas para ser localizado nos arquivos, agora pode ser facilmente encontrado no computador. Dessa forma, o Jornalismo de Dados trouxe a liberdade de consultar informações diversas, “[...] o que aumenta as possibilidades de pesquisas e reduz o tempo de procura, tornando mais práticos processos antes demorados e dispendiosos.” (JANSEN, 2011, p. 6).

Não há um amplo consenso sobre o que exatamente é o Jornalismo de Dados. Portanto, neste projeto será utilizada a definição de alguns estudiosos da área. Esses conceitos foram extraídos, principalmente, do livro “*The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News*”⁸ e do artigo “*Data-driven journalism: What is there to learn?*”⁹.

⁷ Jornalismo de Dados, na tradução livre.

⁸ “Manual de Jornalismo de Dados: Como os jornalistas podem usar dados para melhorar as notícias”, na tradução livre.

⁹ “Jornalismo baseado em dados: O que há para aprender?”, na tradução livre.

Segundo Bradshaw (2014), conceituar jornalismo de dados simplesmente como jornalismo feito com dados não seria de grande ajuda. Nota-se:

Tanto “dados” quanto “jornalismo” são termos problemáticos. Algumas pessoas pensam em “dados” como qualquer coleção de números, provavelmente reunidos em uma planilha. Há 20 anos, esse era praticamente o único tipo de dado com o qual os jornalistas lidavam. Mas agora vivemos em um mundo digital, um mundo em que quase tudo pode ser – e quase tudo é – descrito com números. (BRADSHAW, 2014, p. 6).

Na definição de Bradshaw (2014), os dados podem ser tanto a fonte para o jornalismo de dados quanto a ferramenta na qual a história é contada, ou até mesmo, os dois. Além disso, o autor ressalta que os dados são semelhantes a qualquer fonte do jornalismo. Ou seja, devem ser tratados com ceticismo e utilizados com a consciência de que são ferramentas capazes de moldar e restringir as histórias.

De acordo com Träsel (2013), o jornalismo de dados é aquele jornalismo onde o ponto comum na produção de notícias é ter como principal fonte de informação o uso de dados. Para o autor, esse modelo jornalístico produz, trata e cruza grande quantidade de dados. Logo, algumas das principais características do jornalismo de dados é “[...] permitir maior eficiência na recuperação de informações, na apuração de reportagens a partir de conjuntos de dados, na circulação em diferentes plataformas e na geração de visualizações e infografias.” (TRÄSEL, 2013, p. 2).

Träsel (2013, p. 4) argumenta de maneira semelhante à Meyer (2002), para ele, o Jornalismo de Dados “tem por objetivo impulsionar o jornalismo para longe do senso comum, em direção à ciência, através da aplicação de tecnologias e métodos da informática”. Além disso, conforme o autor, o Jornalismo de Dados busca introduzir a racionalidade científica na produção jornalística.

Por outro lado, alguns autores definem o Jornalismo de Dados pelo aspecto técnico. Pilhofer (2014) define jornalismo de dados como um conjunto abrangente de ferramentas, técnicas e abordagens para contar histórias. Contudo, para ele, o “objetivo unificador é jornalístico: fornecer informações e análises para ajudar a nos informar sobre questões importantes do dia.” (PILHOFER, 2014, p. 11-12)

Há ainda autores que relacionam o Jornalismo de Dados ao jornalismo cotidiano. Tadros (2012) afirma que todo jornalismo, na verdade, é jornalismo de dados. Quando aprofunda seu conceito, o autor explica que:

toda história é feita de dados em forma de entrevistas, estatísticas, descobertas, observações e informações de apoio. Infelizmente, a maior parte desta informação está em um formato desestruturado – transcrições, notas e recortes – que não pode ser facilmente manipulado (TADROS, 2012, não paginado).

Ainda de acordo com o autor, o diferencial do jornalismo de dados reside no fato de que ele se beneficia de duas mudanças tecnológicas. A primeira delas é o conjunto gigantesco de dados disponíveis para exploração e coleta. A segunda se deve ao aumento de ferramentas que pessoas leigas podem utilizar para tratar e visualizar esses dados.

Medeiros (2016) corrobora com a afirmação de Tadros (2012) e, ao mesmo tempo, complementa, ao afirmar que o jornalismo de dados diz respeito a uma prática profissional que utiliza um “[...] tipo específico de dados, o qual se caracteriza por uma estrutura que facilita a manipulação digital. Esse tipo não se limita aos valores numéricos.” (MEDEIROS, 2016, p. 25).

Lorenz (2010) por sua vez, define de forma mais resumida o conceito. Para o autor, Jornalismo de Dados pode ser considerado um processo de refinamento e processamento dos dados:

Então o jornalismo guiado por dados pode ser visto como um processo de refinamento, onde dados crus podem ser transformados em algo com significado. Como resultado, o valor para o público cresce, especialmente quando fatos complexos são resumidos em uma história clara que as pessoas podem facilmente entender e lembrar. (LORENZ, 2010, p. 12, tradução nossa)¹⁰.

A partir dessas definições, pode-se perceber que o Jornalismo de Dados surge para diversificar e qualificar a cobertura jornalística, trazendo novas possibilidades. “O jornalismo de dados pode ajudar um jornalista a contar uma história complexa por meio de infográficos envolventes.” (BRADSHAW, 2014, p. 6).

De acordo com Barbosa (2007), as funcionalidades do modelo JDBD incluem:

¹⁰ **Do original:** “So data-driven journalism can be viewed as a process of refinement, where raw data is transformed into something meaningful. As a result the value to the public grows, especially when complex facts are boiled down into a clear story that people can easily understand and remember.” (LORENZ, 2010, p. 12)

Quadro 1 - 18 funcionalidades do JDBD

(continua)

Indexar e classificar as peças informativas e os objetos multimídia	Classificação dos registros correspondentes ao material jornalístico e aos respectivos complementos multimídia.
Integrar os processos de apuração, composição e edição dos conteúdos	Possibilidade de integrar base de dados as rotinas, da produção da pauta, à apuração, à elaboração dos textos, até a edição do material.
Conformar padrões novos para a construção das peças informativas	Emprego das bases de dados como suporte para garantir a produção de narrativas interativas com os recursos proporcionados pelo digital.
Agilizar a produção de conteúdo, em particular os de tipo multimídia	Permite a automatização dos processos de produção de conteúdos, conferindo maior agilidade ao trabalho jornalístico.
Propiciar categorias diferenciadas para a classificação externa dos conteúdos	Quanto mais abrangente for a classificação para o conteúdo jornalístico maiores são as possibilidades para apresentação deles.
Estocar o material produzido e preservar os arquivos (memória), assegurando o processo de recuperação das informações	A digitalização e a organização de bases de dados cumprem não apenas os propósitos da organização em si, mas têm o importante papel de atualização da memória social.
Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo	Uma vez digitalizado, armazenado, organizado e estruturado em base de dados, o material fica apto para ser trabalhado de maneiras diversas.
Garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos	Proporciona cruzamentos e combinações entre as informações e impulsiona a geração de conteúdos originais.
Gerar resumos de notícias estruturados e outras de modo automatizado	São os chamados agregadores de notícias que podem indexar os resultados segundo as categorias temáticas predefinidas.
Armazenar anotações semânticas sobre os conteúdos inseridos	São os metadados/metainformações que descrevem, categorizam as informações e possibilitam que sejam organizadas.
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>	Os metadados ou metainformações podem ser aplicados aos conteúdos jornalísticos para a descoberta de relações e de conhecimento que podem estar escondidos entre as informações.
Ordenar e qualificar os colaboradores e "repórteres cidadãos"	Ordenar e qualificar os colaboradores que um jornal, revista, site jornalístico possui.
Orientar e apoiar o processo de apuração coleta, e contextualização dos conteúdos	É essencial que os profissionais integrem as bases de dados em sua rotina, para a pesquisa, análise e contextualização das informações.
Regular o sistema de categorização de fontes jornalísticas	A classificação ajuda na melhor identificação das fontes e contribui no ordenamento da apuração e na garantia de maior agilidade na produção.

(conclusão)

Sistematizar a identificação dos profissionais da redação	Permite organizar melhor as informações sobre todos os profissionais.
Cartografar o perfil dos usuários	A partir dos dados colhidos durante a navegação do usuário, é possível criar uma base de dados e mapear o perfil desses usuários.
Transmitir e gerar informação para dispositivos móveis	Com as informações estruturadas, organizadas e mantidas nas bases de dados, a disponibilização e a geração/distribuição de informação personalizada para outros dispositivos são facilitadas.
Implementar publicidade dirigida	A partir da cartografia do perfil dos usuários, pode-se direcionar, personalizar, o conteúdo publicitário para o público certo.

Fonte: BARBOSA (2007).

Conde (2018) complementa ao afirmar que as bases de dados possuem um papel essencial nas rotinas produtivas, na criação, edição e distribuição dos conteúdos jornalísticos. Segundo o autor, o Jornalismo Digital em Base de Dados está relacionado a uma nova forma de representação dos conteúdos jornalísticos: a *database aesthetics*, ou estética base de dados. Alguns exemplos de aplicação desses métodos de visualização são o uso da multimidialidade, a infografia interativa e as estatísticas dinâmicas. Conde (2018) destaca que esse modo de apresentação das informações “está vinculada à categoria visualização do modelo JDBD, que denota formas diversas de estruturar a informação jornalística.” (CONDE, 2018, p. 92).

Além disso, pode mostrar de forma aprofundada o que está acontecendo pelo mundo. Costa, Silva e Lavor (2018, p. 6) destacam que “as narrativas derivadas da prática do jornalismo de dados são expressões, registros da memória do tempo presente e resta ao jornalista ser capaz de contar essa história que é composta por dados e sujeitos”. O jornalismo de dados é capaz de acrescentar ao fazer jornalístico e, ao mesmo tempo, cumprir os princípios básicos do jornalismo. “O jornalismo de dados atende a dois propósitos importantes para organizações de notícias: encontrar histórias únicas e executar sua função de vigilância.” (VERMANEN, 2014, p. 12-13).

Além das inovações tecnológicas, o jornalismo com auxílio de dados, ganha impulso com a Lei de Acesso à Informação (LAI), Lei nº 12.527, promulgada em 18 de novembro de 2011, que rege a disponibilização de informações. A publicidade e a

transparência das informações são a regra e o sigilo é a exceção. Dessa forma, a “informação sob a guarda do Estado é sempre pública, devendo o acesso a ela ser restrito apenas em casos específicos e por período determinado.” (BRASIL, 2011, não paginado). O acesso à informação abrange os três poderes da República (judiciário, legislativo e executivo), não necessita de motivação e pode ser solicitado por qualquer pessoa.

Entretanto, muito antes da LAI, percebe-se que há anos o Brasil já investe na divulgação de informações governamentais, um exemplo disso é o Portal da Transparência, lançado em 2004 pelo Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União. É um site de acesso livre, no qual o cidadão pode encontrar informações sobre como o dinheiro público é utilizado, além de se informar sobre assuntos relacionados à gestão pública do Brasil.

A partir da LAI, o jornalista passa a ter acesso aos dados antes restritos ou muitas vezes, apesar de disponíveis, que não estavam disponíveis da forma correta, dificultando assim o acesso. Além do governo, diversos órgãos e entidades privadas perceberam a importância de facilitar o acesso à informação e passaram também a disponibilizar seus dados.

A disponibilização desses bancos de dados cria a oportunidade de fiscalização, como é o caso do Portal Meu Município, uma ferramenta pública e gratuita que organiza e disponibiliza de forma simples os dados dos municípios brasileiros. A ferramenta apresenta as contas de receitas e despesas, assim como indicadores gerenciais da cidade, além de oferecer a possibilidade de compará-los com os demais municípios brasileiros.

Outra plataforma semelhante é o DataViva, que oferece acesso a mais de 1 bilhão de visualizações com dados socioeconômicos dos mais de 5 mil municípios brasileiros. O projeto é uma iniciativa do governo de Minas Gerais e da Agência de Promoção de Investimento e Comércio Exterior de Minas Gerais (INDI), com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

A vigilância possibilitada pelos bancos de dados livres também pode ser encontrada no InfoAmazonia, um veículo independente que utiliza dados, mapas e reportagens geolocalizadas para contar histórias sobre a floresta tropical. Por falar em vigilância, esse também é o propósito do Basômetro, uma ferramenta do Estadão que monitora o apoio do Governo Federal na Câmara dos Deputados a partir do seu posicionamento nas votações legislativas.

O uso de base de dados para a construção da notícia também é um princípio norteador da Agência Pública, a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil, fundada em 2011. A agência se pauta por investigar a administração pública, os impactos sociais e ambientais de empresas, as práticas de corrupção e de anti transparência, a violência contra populações vulneráveis na cidade e no campo, entre outros.

Tais exemplos demonstram a importância de uma sociedade com bases de dados livres e acessíveis a todos. Dessa maneira, o jornalismo, bem como os cidadãos, podem acompanhar e fiscalizar as políticas públicas.

3.5 CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA

A narrativa jornalística, por meio da apuração e verificação dos fatos, bem como da possibilidade de agregar diversas perspectivas, se aproxima da documentação do vivido. A narrativa serve como fonte de compreensão do presente e de seus eventos passados. Conforme Lobato (2016), a narrativa jornalística apresenta um esforço contextual que ganha diferentes níveis de profundidade de acordo com o modelo escolhido, seja ele uma notícia, matéria ou reportagem.

Para Lima (2009), a narrativa se constrói a partir de dimensões de tempo e espaço que podem ser visualizados por meios de círculos concêntricos. Cada círculo agrega um determinado conjunto de ações, personagens e detalhes que configuram um acontecimento. Quanto mais forte e impactante for cada círculo, maior a chance de que a narrativa evolua de notícia para reportagem e até mesmo para livro. Afinal, conforme Baccin (2017), a narrativa pode ser encontrada em diversos formatos, tanto no impresso, quanto na televisão, rádio e *internet*.

3.5.1 Notícia e reportagem

As formas de produzir saberes jornalísticos, conforme Lobato (2016), possuem enfoques e tratamentos distintos que foram incorporados a cada estilo de acordo com a influência de outros gêneros, as demandas da audiência e o avanço tecnológico dos meios.

Em primeiro lugar, encontra-se a notícia como uma das formas de produção jornalística. A notícia pode ser encontrada diariamente em canais de informação.

Como explica Lobato (2016), a notícia caracteriza-se pelos traços referenciais e a exposição linear do acontecimento.

Lima (2009) complementa que as notícias obedecem a uma fórmula de construção restrita aos componentes do *lead*: o quê, onde, quem, quando, como e por quê. Tais componentes podem ser distribuídos de três maneiras ou técnicas distintas, sendo elas: a pirâmide invertida, pirâmide normal ou pirâmide mista.

Portanto, essa forma de estruturar a mensagem jornalística é conhecida como jornalismo informativo. “Seu papel é informar e orientar de maneira rápida, clara, precisa, exata, objetiva. Em virtude disso, essa prática é muitas vezes criticada como superficial, incompleta.” (LIMA, 2009, p. 17).

Para responder e solucionar essa crítica, o jornalismo desenvolve o enriquecimento da fórmula de construção. Com isso, busca-se combater a suposta superficialidade. Nessa nova fórmula, denominada reportagem, é aplicado um esforço interpretativo e contextual capaz de oferecer aos leitores elementos para contextualizar a notícia. De acordo com Lobato (2016), a reportagem é caracterizada de forma diferente por diversos autores e adquire nomes distintos como “reportagem alinear”, “reportagem em profundidade”, “jornalismo interpretativo ou literário” e “grande reportagem”.

Ao contrário da notícia que se caracteriza pelo referencial, segundo Lobato (2016, p. 67), a reportagem é “mais próxima da ficção – embora sem deixar de lado a disciplina de verificação dos fatos”. Por sua vez, a reportagem é definida por Baccin (2017), como o gênero jornalístico mais completo e o mais aberto a inovações. Além disso, reúne características de diversos gêneros como o informativo, interpretativo e o opinativo.

Lima (2009) explica que a reportagem se fortaleceu no jornalismo em meados dos anos 1920 em decorrência das revistas semanais de informação e em virtude do jornalismo interpretativo, gênero que possibilita a compreensão dos fenômenos e das circunstâncias que envolvem os fatos. A reportagem surge para suprir a incapacidade do jornalismo clássico de traduzir o mundo e seus acontecimentos apenas por meio de um método linear, lógico, racional e objetivo de explicar as informações.

Também de acordo com Lima (2009), os leitores tendem a preferir o estilo narrativo à técnica de pirâmide invertida, pois a primeira supre a tendência humana e natural de contar, ouvir, ler ou ver histórias. Por isso, a reportagem ganha destaque, pois agrega as informações de modo interpretativo. Inclusive, acrescenta à narrativa a

presença de personagens que aproximam “[...] a informação dada das vivências cotidianas e do resgate histórico/contextual. São formas de, ainda em conexão referencial com o mundo, amplificar a notícia.” (LOBATO, 2016, p. 72).

3.5.2 Livro-reportagem

Antes do surgimento da *internet*, os jornalistas encontravam na publicação de livro-reportagem uma forma de extravasar do jornal para o livro suas publicações originais, buscando ampliar a narrativa jornalística. Essa forma de narrativa tem como propósito informar e orientar em profundidade. Com o objetivo de localizar os conflitos, identificar causas e feitos, contextualizar e fornecer aos leitores a oportunidade de visualizar diferentes realidades e sentidos. O livro-reportagem cumpre o papel específico de “[...] prestar informação ampliada sobre fatos, situações e ideias de relevância social, abarcando uma variedade temática expressiva.” (LIMA, 2009, p. 1).

De acordo com Lima (2009), se propor a ultrapassar a narrativa rasa e adentrar com profundidade nas questões sociais contundentes, é a missão nobre da reportagem. Como consequência, observa-se no livro-reportagem e seus sucessores, que estes oferecem um conhecimento qualitativo da realidade contemporânea.

O autor ressalta que dentre as características predominantes do livro-reportagem destaca-se o fato de que este não está atrelado à rotina dos veículos de comunicação. Portanto, possui a liberdade para experienciar novas formas de capturar a informação, diversificar as fontes consultadas e utilizar instrumentos inovadores na elaboração do real.

Conforme Lima (2009), o livro-reportagem distribui a informação de forma engenhosa, não se limitando apenas à transmissão de dados. Antes, apresenta conteúdos variados que auxiliam o leitor a compreender o sentido dos acontecimentos.

Para o autor, o livro-reportagem, por meio do seu conteúdo aprofundado, é capaz de iluminar fatos que aparentam ser desconexos, interligar dados e mostrar sentidos. Visto que, em vez de pretender explicar, ele oferece a compreensão do fato. “A explicação adota geralmente uma visão unilateral, reducionista. Mostra o mundo sob uma ótica única ou de pouca abertura. Já a compreensão busca exibir o mundo sob perspectivas diversificadas.” (LIMA, 2009, p. 365-366).

Além disso, segundo o autor, o conteúdo presente na narrativa do livro-reportagem é organizado de forma criteriosa, preenchido com informações obtidas por meio de uma coleta precisa e exata e apresentada de forma cativante. Essas características foram importadas do jornalismo literário.

Contudo, Lima (2009) ressalta que o termo literário não diz respeito ao modo ficcional, nem mesmo à imaginação de conteúdo, mas sim, à associação com as técnicas literárias. Sendo elas, técnicas de narrativa, organização e condução do texto. “O conteúdo [...] deve estar idealmente atrelado à captação, observação, pesquisa e reprodução fidedigna do real.” (LIMA, 2009, p. 368).

Para o autor, o livro-reportagem tem como catalisador a grande reportagem e busca preencher a lacuna deixada pelos meios de comunicação, como rádio, televisão, jornal impresso e a *internet* (quando esta era utilizada apenas para replicar o conteúdo do jornal impresso).

3.5.3 Grande reportagem

A grande reportagem busca atender à necessidade de ampliar os fatos e oferecer ao leitor uma compreensão maior. Ela é a ampliação do relato simples e raso. A grande reportagem “[...] possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e seu contexto, oferecendo [...] uma dose ponderável de liberdade para escapar aos grilhões impostos pela fórmula do tratamento da notícia.” (LIMA, 2009, p. 18).

Fidelis (2018) remonta o uso da reportagem à década de 1920, primeiramente nos jornais semanais impressos e depois nas revistas. Segundo a autora, em comparação aos conteúdos jornalísticos que eram oferecidos até então, a reportagem agregou uma riqueza maior dos fatos. Conforme Lobato (2016), a reportagem e, principalmente, a grande reportagem não negam as normas clássicas que regem a apuração jornalística como, por exemplo, o rigor na verificação. Pelo contrário, absorvem essas convenções e as renovam.

Lima (2009) destaca a revista *Time* como pioneira na missão de oferecer ao leitor conexões entre os acontecimentos e compreensão aprofundada do fato. Com o passar do tempo, a grande reportagem adquire como forma de expressão o jornalismo interpretativo, que busca prover informações para que o leitor possa “compreender o seu tempo, as causas e origens dos fenômenos que presencia, suas

consequências no futuro. Vai fundamentar sua leitura da realidade.” (LIMA, 2009, p. 19).

Lobato (2016) destaca que a última metade da década de 1960 e o início dos anos 1970 foram anos muito propícios para a reportagem no Brasil. Graças ao surgimento da revista "Realidade", o "Jornal da Tarde", entre outros. “Evolui com o tempo, depois tem queda de nível, mas ao longo das oscilações nunca deixa de apresentar um nível de texto verbal quase sempre bom.” (LOBATO, 2016, p. 75).

De acordo com Fidelis (2018), com o passar do tempo as reportagens aprofundadas e que prezam pela qualidade da informação passaram a conquistar espaço nos grandes veículos de comunicação. A grande reportagem demonstra traços que a colocam sob diversos prismas. Alguns enxergam na grande reportagem “[...] traços que a enquadram como formato; outros relacionam suas características centrais a novos gêneros do jornalismo, com viés literário, narrativo etc.” (LOBATO, 2016, p. 73-74).

Ao longo do tempo, o modelo da grande reportagem sofre alterações, mas é possível identificar algumas características centrais que combinam aspectos testemunhais, ficcionais, afetivos e antropológicos como a excelência na linguagem. Alguns desses aspectos são a criatividade do texto literário e uma tendência pela busca da interpretação. De acordo com Lobato (2016), as principais características da grande reportagem são ampliação espaço-temporal, construção dramática/diegética das cenas, reforço da enunciação e da autoria, singularização do fato por meio de personagens e histórias de vida e o uso de técnicas e índices de ficcionalização.

Segundo o autor, a ampliação do espaço-temporal na grande reportagem se caracteriza pela contextualização e historicização. É um esforço para construir uma narrativa contextualizada e interpretativa na qual o fato social é colocado em perspectiva e relacionado a outros eventos e suas possíveis consequências. Além disso, conforme Lobato (2016), o processo de apuração, escrita e edição é fortemente marcado pelo uso de documentos e arquivos imagéticos e textuais.

Já a construção dramática/diegética das cenas, segundo o autor, demonstra uma narrativa construída a partir de um conflito que movimenta personagens e cenários buscando “[...] a produção de sentido, de maneira mais intensa do que na notícia convencional, a fim de construir laços de identificação com o espectador.” (LOBATO, 2016, p. 74).

O autor apresenta outra característica da grande reportagem: o reforço da função testemunhal. Uma função indispensável em todos os processos narrativos do jornalismo, mas que é explorada fortemente na grande reportagem. Essa narrativa, para Lobato (2016), é reforçada pela singularização do fato por meio do uso de personagens e histórias de vida.

Com isso, a história é capaz de se tornar humanizada e criar conexões com o leitor. E por fim, a grande reportagem se utiliza de narrativas compostas com diversas vozes, às vezes em diálogos, pela construção de cenas, e “[...] usos poéticos da linguagem capazes de produzir determinados índices de ficcionalização que reforçam o potencial enunciativo do texto jornalístico.” (LOBATO, 2016, p. 75).

Para Lima (2009), a grande reportagem é um esforço para estabelecer relações de causa e consequência dos problemas contemporâneos por meio de uma abordagem multiangular da realidade. Conforme o autor, ao fornecer uma leitura precisa e ampla da complexa realidade, o jornalismo tece esse encontro de relações entre a rede de causas e a rede de efeitos.

Conforme explica Santos (2016), a grande reportagem ganhou novas possibilidades com o aperfeiçoamento do uso da *internet* pelos meios de comunicação. Antes, ela era encontrada na mídia impressa, o que envolve muitos custos de impressão. Mas com a convergência midiática, a grande reportagem ganhou mais oportunidades na *internet*. Devido ao espaço indeterminado disponível na *internet* e à possibilidade de utilização de recursos multimídia como a imagem, o áudio e o vídeo, a grande reportagem pode, de forma ainda mais notável, oferecer aos leitores informações qualificadas que o auxiliam a interpretar a realidade. “Há um poder do jornalismo em iluminar determinados temas e a grande reportagem é um espaço privilegiado para dar visibilidade.” (SANTOS, 2016, p. 11).

Fidelis (2018, p. 21) sustenta a visão de que os recursos multimídia fortaleceram a grande reportagem, ao afirmar que “a estrutura narrativa torna-se ainda mais interessante quando as grandes reportagens passam a ser publicadas na *internet*”. Lobato (2016) vai ainda mais adiante ao afirmar que a “[...] reportagem em profundidade é enxergada como uma espécie de renovação ou ‘retorno às origens’ do fazer jornalístico.” (LOBATO, 2016, p. 73).

3.5.4 Jornalismo Longform

A linguagem do jornalismo no *on-line* ainda está se transformando e se adaptando na medida em que os meios de comunicação compreendem o potencial desse meio. Segundo Baccin (2017), a linguagem do jornalismo no *on-line* passou por seis ondas de transformação, sendo que a quarta foi a responsável por potencializar a narrativa jornalística.

Foi a partir da quarta transformação que os dados se tornaram fonte de sustentação para as práticas jornalísticas ao auxiliar na produção, edição e construção da narrativa hipermídia. Conforme Baccin (2017, p. 92), “foi nessa fase que as narrativas hipermídias surgiram, tendo como sustentação a base de dados e a integração do hipertexto, da multimídia e da interação”. O autor, entretanto, destaca que foi na quinta geração que a base de dados se tornou ainda mais presente no processo de construção da narrativa jornalística, “[...] pois foi quando se ampliaram as formas narrativas do Jornalismo Guiado por Dados ou *Data Journalism*.” (BACCIN, 2017, p. 92).

Para o autor, a narrativa hipermídia oferece ainda mais opções de aprofundamento. Ela se difere da linguagem televisiva, impressa, radiofônica e todas as demais, pois é uma forma própria que une todas essas opções e as transforma em algo único. Tal processo recebe o nome de Jornalismo *Longform*. Não é um modelo próprio da *internet*, pois “[...] antes já eram feitas narrativas longas em reportagens impressas, televisivas e também radiofônicas.” (BACCIN, 2017, p. 93).

Conteúdos noticiosos, que utilizam as características da *internet*, surgiram em meados dos anos 2000, conforme explica Longhi (2014). Foi nessa época que “especiais multimídia começaram a chamar a atenção pelas suas qualidades expressivas, então aproveitando as potencialidades do ambiente hipermidiático e de *softwares*.” (LONGHI, 2014, p. 898-899).

Apesar de não se tratar de um conteúdo exclusivo do digital, o termo jornalismo *longform* é utilizado para definir “[...] o tratamento mais longo e aprofundado de um tema – o conceito foi revisitado na comunicação digital, especialmente no jornalismo *on-line*.” (LONGHI, WINQUES, 2015, p. 112).

A reportagem considerada como o marco desse formato foi publicada pelo jornal *The New York Times*, em dezembro de 2012, intitulada “*Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*”. A reportagem trata de uma avalanche ocorrida no estado de Washington em fevereiro daquele ano. Durante seis meses, foram ouvidos todos os sobreviventes, familiares dos mortos, especialistas e integrantes das equipes de

resgate. Ela inovou na estrutura narrativa e na integração de diversas modalidades comunicativas, resultando em um misto de longos textos, vídeos, áudios e efeitos de animação.

Para Fidelis (2018), o jornalismo *longform* possui uma certa semelhança com o jornalismo literário. Sendo o seu principal objetivo manter a qualidade nas reportagens usando recursos multimídia para atrair a atenção do leitor. Além do mais, são reportagens contextualizadas que apresentam características que se interligam e geram interação com o leitor.

Dentre as suas características, Baccin (2017) destaca algumas como a dimensão. Nessa parte estão incluídas a amplitude da história, o tempo de produção, além do tempo que os leitores precisam se dedicar à leitura do conteúdo, bem como os recursos técnicos empregados. Neste último, estão incluídos o *layout* e o *design*. Eles são empregados de forma a facilitar a leitura e provocar um efeito no leitor, além de serem projetados para se adaptarem a diferentes telas.

Por último, Baccin (2017) aponta que a narrativa *longform* também apresenta elementos de qualidade como elementos de narrativa hipertextual. Alguns deles são o aprofundamento do texto, imersão, uso de base de dados, humanização da matéria, interatividade, contextualização e hipertextualidade. Portanto, o *longform* assume seu lugar na *web* nos mais variados formatos, “[...] tanto em artigos, como em formatos noticiosos, tais como a grande reportagem multimídia, seja em *sites* específicos, seja no jornalismo de referência.” (LONGHI, WINQUES, 2015, p. 111).

Contudo, deve-se ressaltar que o jornalismo *longform* se expande além do texto longo. Longhi e Winkes (2015, p. 118) destacam que a abundância do texto verbal “[...] sinaliza um resgate da qualidade, apuração e contextualização já conhecidos do jornalismo impresso, especialmente consagrados pela reportagem”. Esse formato de narrativa, conforme os autores, institui dois padrões de leitura característicos de ambientes digitais. As narrativas podem ser de dimensões verticais ou horizontais. A narrativa verticalizada se trata daquela em que a leitura é feita pela barra de rolagem, ou seja, de cima para baixo. Já a narrativa horizontal diz respeito àquela feita em capítulos ou seções. Inclusive, essas duas formas também podem aparecer juntas.

Por se tratar de um texto aprofundado, o *longform* é associado a movimentos como o *New Journalism* e ao jornalismo de revista, segundo explicam Longhi e

Winques (2015). Já Campos (2019) o relaciona com a grande reportagem pelo tempo diferenciado de apuração e produção.

Longhi e Winques (2015) apontam que a consolidação desse tipo de narrativa se deve à disseminação dos dispositivos móveis como o celular, *tablet* e *notebooks* que permitem portabilidade e facilidade de leitura. Dessa forma, a narrativa jornalística do *longform* representa para o jornalismo “[...] o espaço de reinvenção de práticas e de garantia da oferta ao leitor de um jornalismo mais qualificado.” (BACCIN, 2017, p. 98).

A linguagem jornalística de fato passa por uma transformação, seja nos recursos empregados nos conteúdos, seja na linguagem. Com a utilização dos recursos multimídia, o jornalismo foca-se em produzir conteúdos ricos que possuam as características do jornalismo digital. A partir dessa forma de apresentação, desenvolve-se o modelo da pirâmide deitada.

Conde (2018) explica que nesse modelo a notícia evoluiu em diferentes níveis de leitura, que vão desde informações essenciais até informações mais detalhadas. O autor explica que o nível um, ou a unidade base, busca responder às primeiras perguntas tradicionais do lead: "O quê?", "Quando?", "Quem?" e "Onde?". Já o nível dois, ou o nível da explicação, procura responder aos questionamentos de "Por quê?" e "Como?" e, com isso, complementar a informação.

O nível da contextualização, ou o nível três, agrega informações por meio de novos formatos como imagem, áudio, som e vídeo. Por fim, o nível quatro, ou nível da exploração contribui com *hiperlinks* que direcionam para conteúdos relacionados à matéria ou arquivos externos.

4 JORNALISMO APROFUNDADO NA ERA DA PÓS-VERDADE

Após uma revisão conceitual acerca do jornalismo e sua inserção na *internet*, neste capítulo pretende-se discorrer sobre o papel desempenhado pelo jornalismo na sociedade. Para tanto, considera-se seus princípios primordiais e questiona-se quais devem ser os princípios guias para o jornalismo contemporâneo que se vê diante de inúmeras transformações tecnológicas. Tais transformações como, por exemplo, a *internet* e as redes sociais democratizaram a comunicação e trazem novos desafios ao jornalismo. A partir desse questionamento, pretende-se investigar de que forma o jornalismo tem reagido a esses novos impulsos.

4.1 PAPEL DO JORNALISMO NA SOCIEDADE

Por muitos séculos, os veículos de comunicação foram detentores do poder de comunicar, principalmente no Brasil, onde os meios de comunicação fazem parte de grandes conglomerados. Contudo, esse cenário muda drasticamente com a chegada da *internet*. A partir de então, qualquer um pode comunicar seu conhecimento e opinião livremente. Já não existe mais a necessidade de um portão, um facilitador, não há mais a necessidade de um mediador entre a informação e o receptor. Surge, portanto, o questionamento se o jornalismo é realmente necessário.

A geração de conteúdo tornou-se acessível. Para produzir vídeos, fotos e publicar esse material já não é mais necessário possuir equipamentos caros e muito menos possuir concessões de canais de televisão ou impressoras gigantes de papel. Perdomo (2015) salienta que esse cenário favoreceu o surgimento de canais alternativos, jornalismo colaborativo, bem como *sites* e *blogs* de comunicação divergentes da grande mídia.

Para Filgueiras (2018), alguns desses novos comunicadores objetivam cumprir o mesmo papel do jornalismo tradicional, enquanto outros cumprem um papel mais politizado. Por isso, com tantas opções de fontes, o leitor chega na informação bruta muito antes do jornalista conseguir checar, escrever e publicar seguindo todos os procedimentos necessários. “O problema é que, sem a curadoria ou a devida apuração, as histórias costumam chegar fora de contexto e são facilmente manipuláveis.” (FILGUEIRAS, 2018, p. 23).

Ao abordar essa rapidez atual, Perdomo (2015) vai além e destaca que as máximas que orientam e regulam a deontologia do jornalismo como a verdade, independência e pluralidade de opiniões, valores constantes e necessários na ética do jornalismo, atualmente, aparentam ser aplicáveis apenas na teoria. Para a autora, esses valores são negligenciados em detrimento de um sistema de produção rápida e constante de notícias.

Por conta disso, os produtos jornalísticos trazidos pelas mídias apresentam diversas inconformidades, pois carecem de confirmação, apresentam textos que reforçam estereótipos, além de uma hierarquia de informações que privilegia a curiosidade e o sensacionalismo em detrimento do interesse público. Ao negligenciar esses princípios para sustentar essa lógica de produção, “o jornalismo deixa de cumprir seu papel de vigilante, de cão de guarda, para se dedicar a fidelizar e atender os desejos de um público leitor estimado.” (PERDOMO, 2015, p. 16).

Esse cenário faz com que a confiança na mídia e no jornalismo seja abalada. Mais tarde, essa desconfiança será acentuada pelos ambientes polarizados. Ireton e Posetti (2018) destacam que essa tendência de desconfiança se tornou uma característica comum em diversas sociedades e atinge não apenas o jornalismo, mas as instituições como um todo. Perante essa pandemia de desinformação, o jornalismo encontra-se diante do desafio de reinventar-se e reformular seu valor na sociedade contemporânea afetada pela pós-verdade, conceito que será abordado mais à frente no capítulo. “As redações lutam para reivindicar e desempenhar seu papel histórico de guardiões do portão, cujo produto pode ajudar a estabelecer a verdade.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 35).

O jornalismo e a função do jornalista estão atrelados ao papel de cães de guarda, guardiões do correto, dos valores que a sociedade quer preservar. Esse papel pode ser confirmado ao analisarmos o processo de instauração de ditaduras: uma das primeiras instituições a serem derrubadas são os meios de comunicação.

Para Fonseca (2011, p. 41), a mídia possui uma forma de poder com papel significativo por “influir na formação das agendas públicas e governamentais; intermediar relações sociais entre grupos distintos e influenciar a opinião de inúmeras pessoas sobre temas específicos”. Bona (2017) simplifica o conceito dessa missão afirmando que o jornalismo traz à tona assuntos que precisam ser discutidos em conjunto com a participação da sociedade e, disso, advém a responsabilidade social

do jornalismo. “O jornalismo se justifica por sua função social de informar a sociedade e assim prestar um serviço público à população.” (PERDOMO, 2015, p. 56).

O jornalismo como prestador de serviço garante sua função de fornecer à população informação que contribua com o desenvolvimento de sua cidadania. Ainda segundo Perdomo (2015), o jornalismo somente é capaz de se consolidar nesse papel social ao informar a sociedade com isenção, objetividade e qualidade sobre assuntos de interesse público e que ajudam a sociedade a compreender o mundo e seus acontecimentos.

A autora alerta ainda que a rapidez forçada no modo de produção dos veículos de comunicação faz com que o jornalismo releve pautas de interesse social e dê preferência a temáticas que apenas têm por objetivo aumentar o alcance do produto jornalístico. Ao fazer isso, para Perdomo (2015, p. 57), “o jornalismo se abstém do papel de preservar a democracia mantendo os cidadãos informados sobre acontecimentos que estão fora de sua esfera de alcance”. Entretanto, o maior perigo dessa abordagem reside no fato de que o jornalismo deixa de proteger o público de intransigências e de injustiças por meio da informação e da denúncia de irregularidades.

De maneira semelhante, Bona (2017) ressalta que o papel do jornalismo na sociedade tem duas faces: como instituição e como quarto poder. Como instituição, o jornalismo age conforme as lógicas estabelecidas na sociedade, atuando como porta-voz da comunidade e apenas dança conforme a música. Por outro lado, atuando como quarto poder, o jornalismo abre mão desse jogo de *status* e se estabelece como fiscalizador oficial das lógicas da sociedade, por meio da divulgação de informações consonantes a todos os cidadãos. “Falamos, então, de jornalismo como meio (de informação) ou como instituição (de reforço de estruturas).” (BONA, 2017, p. 130).

Contudo, para responder à ameaça trazida pela desinformação e informação incorreta, o jornalismo precisa empenhar esforços para melhorar sua forma de produzir e desenvolver o fazer jornalístico. Nessa nova proposta, enquanto se desafiam a serem propagadores da “verdade”, segundo Ireton e Posetti (2018), os comunicadores se esforçam para cumprir os princípios fundamentais do jornalismo: acertar os fatos e produzir conteúdo que reflita com exatidão tais fatos, produzindo um conteúdo de excelência.

De acordo com a autora, o jornalismo de excelência reconhece as mídias sociais como uma plataforma na qual o jornalismo pode ascender. A partir dessa aceitação, busca se distinguir dos outros conteúdos gerados ao se manter vigilante e verificando o material que circula nessas redes. Para alcançar a excelência, é necessário que o jornalismo vá além dos fatos básicos, busque realizar análises, o relato contextual e investigativo e, com isso, passe a fornecer notícias que empoderam por meio do conhecimento. “O jornalismo de excelência deve ser guiado pela confiança e pelos princípios orientadores de relevância social, interesse legítimo e veracidade.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 42).

De tempos em tempos, é necessário que o jornalismo modifique seu modo de atuar, conforme Filgueiras (2018). A revolução digital que atualmente afeta a sociedade faz com que seja necessária essa atualização. “Uma das lições a serem aprendidas nessa jornada é a de sermos mais críticos. Retomar o papel de curadores.” (FILGUEIRAS, 2018, p. 18).

O jornalismo vem trilhando um longo caminho de mudanças e reinvenção buscando se orientar pela ética e procurando ser editorialmente independente de interesses políticos e comerciais. Ainda conforme a autora, o papel distintivo do jornalismo atualmente encontra-se na sua capacidade de contribuir para esclarecer e construir confiança em torno do conteúdo verificado.

Para reafirmar seu papel na sociedade, o jornalismo precisa empregar sete características no seu modo de produção. Segundo Ireton e Posetti (2018), essas características são a exatidão, a independência, justiça, confidencialidade, humanidade, responsabilização e transparência.

Nem sempre é possível descobrir a “verdade”, contudo, para a autora, ao garantir exatidão e checagem rigorosa na apuração, o jornalista cumpre com os princípios fundamentais da profissão. Além da exatidão, é necessário assegurar que o jornalista não aja em nome de interesses particulares, ou seja, preserve a independência conquistando então a liberdade para relatar sem conflitos de interesse e possa demonstrar isso no processo da transparência. Por falar em transparência, essa também é uma característica fundamental, pois sustenta a responsabilidade e auxilia no desenvolvimento e manutenção da confiança no jornalismo.

O papel do jornalista envolve não somente comunicar os fatos, mas também apresentar o contexto e diversas perspectivas para que o leitor possa decidir sozinho no que irá acreditar. Ireton e Posetti (2018) ressaltam que o jornalismo sempre teve

por missão proteger suas fontes. Em épocas de hiperinformação, porém, é ainda mais importante garantir a confidencialidade da fonte. Dessa maneira, o profissional é capaz de manter a confiança das fontes de informação (incluindo os denunciantes) e, em alguns casos, garantir a segurança dessas fontes.

A autora destaca que o trabalho do jornalista pode acabar expondo informações e, até mesmo, prejudicar a vida das pessoas indiretamente envolvidas como, por exemplo, em casos de denúncias de corrupção ou escândalos, nos quais a mídia muitas vezes aborda familiares e amigos não necessariamente envolvidos. Ireton e Posetti (2018) alertam para atentar a essa prática e buscar pensar no ser humano, além de ressaltar que o quesito humanidade também significa levar em consideração os problemas enfrentados por grupos desfavorecidos.

Na busca pela “verdade”, o jornalismo deve manter em mente que é responsável pelas suas ações, portanto deve responsabilizar-se pelas consequências que possa causar. Não são raras as situações em que uma informação mal apurada destruiu vidas, como no caso da Escola Base¹¹. Portanto, é dever do jornalismo reconhecer e corrigir seus erros com rapidez e sinceridade:

O jornalismo precisa retomar o papel de mediador entre fonte e público, crítico e curador do material que circula na *web*. Cabe a nós, não ao leitor, preocupar-se com a veracidade dos fatos, desconfiar das fontes e assumir responsabilidade pela notícia. Para tanto, o caminho é se tornar uma instituição ou um profissional que inspire o mínimo de confiança e que o fato de ter seu nome assinado, ou a matéria publicada num determinado veículo, bastem para atestar o mínimo de seriedade do material. (FILGUEIRAS, 2018, p. 22-23)

Ao aplicar essas práticas, o jornalismo contribui para o desenvolvimento intelectual de um público bem-informado que atua como antídoto contra a disseminação da desinformação. Ao gerar conteúdos precisos, responsáveis e independentes é possível conquistar as audiências. “Justiça, independência, precisão, contextualidade, transparência, proteção de fontes confidenciais e perspicácia no relato fortalecem a confiança, a credibilidade.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 26).

Em consonância ao pensamento de Ireton e Posetti (2018), Perdomo (2015) afirma que o jornalismo legitima sua função social ao oferecer aos leitores informação verdadeira e objetiva, que contribua para o crescimento do conhecimento da

¹¹ Caso de 1994, em que os donos da Escola Base, uma escola infantil, bem como o motorista do transporte escolar e um casal de pais de um aluno, foram acusados falsamente por duas mães de abuso sexual. A cobertura da imprensa junto à conduta precipitada da polícia, acabaram por destruir os envolvidos, tanto de forma financeira, quanto de forma psicológica.

população. Ao mesmo tempo que nutre a sociedade com a capacidade de compreender e participar da vida democrática. “O jornalismo é uma profissão amalgamada com a sociedade, de modo que o comprometimento de um causa reflexos no outro.” (PERDOMO, 2015, p. 14).

4.2 AMBIENTES POLARIZADOS: PÓS-VERDADE E *FAKE NEWS*

Se por um lado, a *internet* e as redes sociais democratizaram a comunicação dando poder de voz a todos, por outro, retiram as barreiras da seleção, enfraquecem o poder de guardiões do portão do jornalismo e fornecem ao radicalismo um espaço sem barreiras para atuar. Conforme Muller (2019), isso acirrou o cenário de polarização e permitiu a circulação de mensagens carregadas de intolerância, preconceito e ódio.

Ainda segundo o autor, esse ambiente proporcionado pela busca e circulação de informação nas mídias sociais desenvolve um novo ambiente midiático e sociopolítico. Torna-se um fator determinante no clima de polarização e no aumento da circulação dos discursos de ódio. Como resultado, desenvolve-se “uma sociedade mais polarizada, onde a intolerância precede o diálogo, e onde o ódio havia se tornado a retórica dominante.” (MULLER, 2019, p. 12).

Esse estado de polarização profunda abala as relações sociais e fragiliza a confiança que as pessoas têm umas nas outras, bem como nas instituições. De acordo com Muller (2019), os discursos de ódio se incorporam às narrativas políticas disseminadas nas redes sociais e se incrustam de tal forma à rotina das pessoas, a ponto de se tornarem banais e comuns.

Por outro lado, Nassif (2019) associa a mudança das formas de se relacionar nas redes muito mais a uma mudança comportamental da sociedade do que à *internet*. Segundo a autora, as mudanças econômicas e tecnológicas criam a sensação de perda de referenciais comportamentais. Ao se sentirem perdidas, as pessoas passam a buscar novos referenciais, principalmente na *internet*. Ao encontrarem seus semelhantes nas redes, formam uma comunidade de iguais e, dessa forma, surgem as bolhas¹². Contudo, Nassif (2019), destaca que a polarização

¹² De acordo com o Manual da Credibilidade Jornalística (2018), o conceito foi cunhado pelo jornalista americano Eli Pariser por volta de 2010 e refere-se a pessoas que confinadas em suas bolhas tendem a só se relacionar com quem pensa como elas, ignorando o discurso contraditório e a realidade fora de seu ambiente.

não se originou na *internet*, mas encontrou nesse meio um terreno fértil para a ressonância para o crescimento de uma tendência polarizadora.

Por ser um ambiente livre e de pouca regulação, a *internet* permite a propagação de discursos de ódio e não democráticos, mas a autora ressalta que a *internet* não consegue, sozinha, produzir nenhum efeito. Portanto, a rede depende, como qualquer meio de comunicação, de seu usuário. Logo, tudo que está na *internet* é produzido por indivíduos e sofre influência direta destes.

Como resultado disso, no século XXI, a humanidade observa a proliferação de mentiras, desinformação, informações falsas e informações manipuladas politicamente. Isso faz com que surjam questionamentos como: o descompromisso com a ética, com a honestidade e com a verdade sempre foram tão presentes?

Ralph Keyes antecipava, em 2004, que a honestidade não vivia seus melhores dias, pois o ato de enganar se tornou rotineiro na vida contemporânea. “O fosso entre a verdade e a mentira encolheu para uma fresta. Mentimos por todos os motivos habituais ou sem absolutamente nenhum motivo.” (KEYES, 2018, p. 13).

Segundo Tiburi (2017), a verdade passou por um processo de desconstrução a ponto de se tornar questão de gosto. Agora, a verdade depende do que escolhemos que ela seja, geralmente uma verdade palatável e suportável. Não mais convém que as verdades sejam complicadas. “Contentamo-nos com pouco. E esse pouco é a pós-verdade. A verdade a qual podemos aceitar. A verdade que cola, a que vemos circular, a que podemos produzir publicitariamente.” (TIBURI, 2017, p. 106).

Kakutani (2018) reforça o alerta de Tiburi (2017). De acordo com a autora, neste mundo aos avessos, os fatos são mutáveis e a verdade depende de quem a vê. Além disso, o declínio da verdade traz consigo termos como pós-verdade, *fake news* e fatos alternativos. Essa mudança na forma de processar as informações é impulsionada por ondas de populismo e fundamentalismo que apelam mais ao medo e ao ódio do que ao debate. “A objetividade — ou mesmo a ideia de que as pessoas desejam conhecer a melhor verdade disponível — está fora de moda.” (KAKUTANI, 2018, p. 11).

Hoje, a divulgação de informações falsas tem nome e sobrenome: “*fake news*”. Mas um breve passeio pela História mostra que “[...] poderíamos fazer uma sinonímia para “*fake news*” ou “pós-verdade”, encontrando expressões como crônicas

escandalosas, anedotas, impressos sensacionais" (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 8). Atesta-se, assim, que sempre houveram mentirosos de plantão, principalmente na política, prontos para distorcer e manipular a verdade.

De acordo com o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), o primeiro mentiroso registrado a modificar o curso da História foi Otávio, no século 4 antes de Cristo. Otávio almejava se tornar imperador e iniciou uma campanha de difamação contra o general Marco Antônio, acusando-o de ser um mulherengo bêbado e de ter sido corrompido por seu romance com a rainha egípcia Cleópatra. Otávio cunhou frases difamatórias em moedas que passaram a circular por toda Roma.

Conforme Darnton (2012), a divulgação de notícias falsas sempre existiu. O autor relembra as "*fake news*" do século VI no Império Bizantino, ao citar Procópio, historiador bizantino famoso por escrever a biografia do Imperador Justiniano, também escreveu um texto secreto chamado "*Anekdotia*", no qual ele espalhou informações falsas e arruinou a reputação do imperador Justiniano.

O Manual da Confiabilidade Jornalística (2018) relata que, no século XVI, o poeta Pietro Arentino ficou famoso por tentar manipular o conclave papal de forma inusitada. Arentino escrevia sonetos com informações falsas e os pendurava no Pasquino, uma estátua da Praça Navona, em Roma. "Vem daí a origem da palavra pasquim para caracterizar um veículo que produz informações falsas e sensacionalistas". (MANUAL..., 2018, não paginado).

De acordo com o Manual (2018), outro registro de informações falsas que modificou o rumo da História remonta ao século XVIII. A circulação de rumores maldosos, muitos deles na forma de canções e poemas, levaram à queda do ministério do Conde de Maurepas, secretário de Estado do Rei Luís XVI. Isso alterou o panorama político francês, sendo considerada uma das causas da Revolução Francesa de 1789.

A Inglaterra também foi um terreno fértil para a publicação deliberada de inverdades. A produção de "[...] fragmentos falsos, semi-falsos e verdadeiros, porém comprometedores, alcançou um pico na Londres do século XVIII, quando os jornais começaram a circular entre um público amplo." (MANUAL..., 2018, não paginado).

Na linha do tempo da desinformação, os jornais foram a fonte de outra enganação no séc. XIX quando, por exemplo, o *The New York Sun* publicou seis artigos sobre a descoberta de vida na Lua e creditou essa informação ao astrônomo John Herschel.

Ainda conforme o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), é no século XX e XXI que a circulação de informações falsas causaram as mudanças mais drásticas na história. Um exemplo notável foram os “Protocolos dos Sábios de Sião”, uma fábula contra o judaísmo, escrita durante o último período da Rússia czarista. O texto contém 24 capítulos, ou “protocolos”, que são apresentados como se fossem registros de encontros entre líderes judeus, os “sábios de Sião” e “descreve os “planos secretos” judaicos para controlar o mundo através da manipulação da economia, controle dos meios de comunicação, e estímulo a conflitos religiosos.

Após a Primeira Guerra Mundial, Hitler utilizou essa fábula para espalhar o antissemitismo na Alemanha e em outros países europeus, algumas escolas, inclusive, passaram a usar Os Protocolos para doutrinar seus estudantes. Com a ascensão do nazismo, em 1933, Joseph Goebbels criou o ministério do Esclarecimento Público e da Propaganda para disseminar mensagens incitadoras de ódio contra judeus, usando vários meios, inclusive o teatro e a imprensa.

Zarzalejos (2017, p. 12) alerta que “a gestão de manobras conspiratórias para incitar o receio ou a hostilidade de grupos sociais, [...] causaram os piores desastres: o nazismo e o *stalinismo*”. Altares (2018) revela que os principais conflitos que os Estados Unidos participaram começaram com invenções: a guerra de Cuba (1898), com a manipulação dos jornais¹³, a guerra do Vietnã (1955-1975), com o incidente do golfo de Tonkin¹⁴, além da invasão do Iraque, em 2003, com as inexistentes armas de destruição em massa de Saddam Hussein¹⁵.

¹³ A concorrência entre dois jornais americanos, *New York World* e *New York Journal*, na conquista pela atenção do público deu forças ao sensacionalismo característico do “*yellow journalism*”. Os jornais apelavam para títulos chamativos, histórias bombásticas buscando as tiragens astronômicas. No final da década de 1890, com o acirramento da tensão entre Estados Unidos e Cuba, os jornais passaram a apelar ainda mais ao sensacionalismo, divulgando matérias sem checagem, fantasiosas e que atizaram a animosidade da opinião pública contra Cuba e pressionaram o governo americano a declarar guerra.

¹⁴ Shane (2005) revela que, desde 2001, a Agência Nacional de Segurança dos EUA (NSA) estava ciente de que agentes da NSA distorceram dados críticos durante o incidente do golfo de Tonkin. Os agentes supostamente haviam interceptado comunicações que afirmavam que navios norte-vietnamitas atacaram destróieres americanos em 4 de agosto de 1964. Contudo, historiadores afirmam que esse ataque nunca aconteceu e as informações foram falsificadas ou mal-interpretadas. Entretanto, o conflito, iniciado por causa dessas informações, resultou na morte de 58.226 americanos e mais de 1 milhão de vietnamitas.

¹⁵ Em 2003, o secretário de Estado dos EUA, Colin Powell, afirmou que os EUA deveriam atacar o Iraque, pois Saddam Hussein possuía uma frota de caminhões em laboratórios móveis de produção de armas químicas e biológicas. Entretanto, essas informações haviam sido coletadas pelo serviço secreto da Alemanha, em 1999, durante interrogatório do químico iraquiano Rafed Ahmed Alwan, conforme Hein (2018). Ele inventou a história das armas biológicas e, em troca, ganhou um passaporte alemão, dinheiro e um apartamento. A história foi desmentida posteriormente, mas após os ataques de 11 de setembro, a invenção caiu como uma luva para justificar a Guerra do Iraque, que matou entre 150 e 500 mil pessoas.

4.2.1 Desconstrução da verdade

Kakutani (2018) explica que a ideia de desconstrução da verdade surge no Pós-Modernismo. Um dos fundadores do Pós-Modernismo, Jacques Derrida usou a palavra “desconstrução” para descrever um tipo de análise textual da qual foi pioneiro e que seria aplicado não apenas à literatura, mas também à história, à arquitetura e às ciências sociais. A desconstrução pregava que todos os textos são instáveis e complexos, com os significados eternamente variáveis e escolhidos pelo leitor. Em suma, não existia uma verdade.

Os argumentos pós-modernistas rejeitam a possibilidade de uma realidade objetiva. O pós-modernismo consagrou o princípio da subjetividade e termos como “indeterminação dos textos”, “formas alternativas de conhecimento” e “instabilidade linguística” da linguagem, de acordo com Kakutani (2018).

Conforme a autora, o argumento pós-moderno de que todas as verdades são parciais levou ao entendimento de que existem diversas maneiras legítimas de entender ou representar um acontecimento. De acordo com Dunker (2017), a pós-verdade é a segunda onda do pós-modernismo. “As atitudes pós-modernas em relação à 'verdade' pulam os muros da academia e se tornaram uma fonte-chave de nosso compromisso corroído com a verdade.” (KEYES, 2018, p. 146).

Se há várias maneiras de interpretar a verdade, então o que é uma mentira? Para Keyes (2018), a relação fragilizada com a verdade levou nossas atitudes em relação à mentira se tornarem tolerantes. O autor destaca que é possível perceber como nos relacionamos com a mentira pelo tanto de vezes que usamos expressões como “deixe-me ser sincero”, “verdade seja dita”, “para lhe dizer a verdade” e “para ser sincero”. “Tais tiques verbais são um indicador aproximado de quão rotineiramente enganamo-nos uns aos outros. Se não o fazemos, por que todas as isenções de responsabilidade?” (KEYES, 2018, p. 13).

Contudo, ainda segundo o autor, o mais preocupante é a perda do estigma associado ao ato de contar mentiras. Se antes mentir era feito de forma relutante e apreensiva, hoje há uma aceitação generalizada de que todos mentem. E pior, de que nada acontece quando se conta enganações. “Mentir tornou-se, essencialmente, uma transgressão sem culpa.” (KEYES, 2018, p. 17).

Keyes (2018) complementa que nossas bússolas morais estão quebradas a tal ponto que não somos mais capazes de discernir o certo do errado. Conforme o autor, o mundo nunca foi completamente ético, mas houve “[...] um tempo em que era mais difícil contar mentiras, e as consequências eram maiores se alguém fosse pego.” (KEYES, 2018, p. 18). Ou seja, há um declínio ético em nosso tempo.

4.2.2 Era da Pós-Verdade

Tiburi (2017, p. 106) pensa de forma semelhante à Kakutani (2018) em relação à banalização da verdade, a autora chama atenção para o fim da verdade como um valor maior. “Se não seu fim, pelo menos está em jogo a sua inutilidade. Com a ideia de pós-verdade, trata-se de falar de uma verdade útil. Da verdade consumível”. A banalização da verdade estimulada pelo Pós-Modernismo levou ao surgimento da “pós-verdade”.

O termo foi usado pela primeira vez por Steven Tesich, em 1992, no artigo intitulado “*A Government of Lies*” para o jornal norte-americano *The Nation*. No artigo, Tesich (1992) argumenta que os Estados Unidos entraram em um estado de “aversão à verdade” no período pós-*Watergate*¹⁶.

Ao escrever sobre a Síndrome de *Watergate*, Tesich (1992) afirma que o presidente Nixon fora rapidamente perdoado, pois o povo americano preferia ignorar a verdade para que esta não derrubasse a “autoestima americana”. O autor argumenta que as repetidas mentiras propagadas pelo governo afastam o povo de verdades desconfortáveis. Conforme Tesich (1992), a nação começou a se esquivar da verdade. “Chegamos a equiparar a verdade com más notícias e nós não queríamos mais más notícias, independentemente de quão verdadeiras ou vitais para nossa saúde como uma nação.” (TESICH, 1992, p. 12, tradução nossa)¹⁷.

Tesich (1992) ainda alerta para a mudança ética dos políticos que antes trabalhavam para que suas mentiras fossem confundidas com verdades. Porém, isso estava mudando, visto que o povo já não se importava mais com a verdade. Dessa

¹⁶ O escândalo revelou como o republicano Richard Nixon espionou o partido Democrata e utilizou uma rede de conspiração para se reeleger em 1972. O caso *Watergate* levou à renúncia do presidente Richard Nixon.

¹⁷ **Do original:** “*We came to equate truth with bad news and we didn’t want bad news anymore, no matter how true or vital to our health as a nation*” (TESICH, 1992, p.12).

forma, os governantes não precisavam esconder ou se envergonhar de suas mentiras.

Estamos rapidamente tornando-nos protótipos de um povo que monstros totalitários só podiam babar em seus sonhos. Todos os ditadores até agora tiveram que trabalhar arduamente para suprimir a verdade. Nós, por meio de nossas ações, estamos dizendo que isso não é mais necessário [...] De uma maneira muito fundamental, nós, como pessoas livres, decidimos livremente que queremos viver em algum mundo pós-verdade. (TESICH, 1992, p. 13, tradução nossa)¹⁸.

Em 2004, o termo pós-verdade retornou ao debate por meio de Ralph Keyes. Para Keyes (2018), a era da pós-verdade dá espaço para as meias verdades. Não existe mais apenas a mentira e a verdade. Os limites entre verdades e mentiras, que antes eram fáceis de serem distinguidos, se tornaram tênues, a ponto de termos dificuldades em diferenciar honestidade e desonestidade, ficção e não ficção. Para o autor, iludir os outros teria se tornado um desafio, um jogo e um hábito.

O termo “pós-verdade” ganhou tanta notoriedade na sociedade contemporânea que, em 2016, foi eleito pelo *Oxford Dictionary* como a palavra do ano. De periférico, o termo se tornou central em debates, principalmente políticos. De tal forma que, agora, é usado sem precisar ser explicado. O dicionário detectou um aumento massivo na busca pelo termo durante o ano de 2016, no contexto do referendo do *Brexit*¹⁹ no Reino Unido e da eleição presidencial nos Estados Unidos.

Segundo o *Oxford Dictionary* (2016), o prefixo “pós” não se refere somente ao tempo após uma situação ou momento específico, como no termo pós-guerra. O prefixo passou por uma transformação de significado no século XX em termos como pós-nacional (1945) e pós-racial (1971). Logo, passou a ser usado para definir um momento em que o conceito depois do prefixo tornou-se sem importância ou relevância.

Ou seja, o termo “verdade”, precedido pelo termo “pós”, possui o sentido de pertencer a uma época na qual o conceito de verdade foi superado por ter se tornado

¹⁸ **Do original:** “We are rapidly becoming prototypes of a people that totalitarian monsters could only drool about in their dreams. All the dictators up to now have had to work hard at suppressing the truth. We, by our actions, are saying that this is no longer necessary [...] In a very fundamental way we, as a free people, have freely decided that we want to live in some post-truth world.” (TESICH, 1992, p. 13).

¹⁹ *Brexit* é uma abreviação para “*British exit*”, algo como “saída britânica”. O termo se refere à saída do Reino Unido da União Europeia (UE), um grupo formado por 28 países europeus que praticam livre comércio entre si e facilitam o trânsito de sua população para trabalhar e morar em qualquer parte do território. Em 2016, os eleitores britânicos decidiram em um plebiscito que o país deveria se retirar da UE.

irrelevante. O termo pós-verdade deixou de significar o momento “depois que a verdade foi revelada” e passou a significar “o momento em que a verdade já não é mais tão relevante ou significativa” perante os “fatos alternativos”. Pós-verdade se refere, então, ao ato de “relacionar ou denotar circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal.” (OXFORD, 2016, não paginado).

O ponto forte da pós-verdade é a manipulação criativa e a invenção dos fatos. De acordo com Keyes (2018, p. 151-152), “a informação enfeitada pode ser verdadeira em espírito – mais verdadeira do que a verdade”. Dunker (2017) acrescenta que o perigo da pós-verdade reside no fato de que ela é capaz de reacender o irracionalismo e colocar na pauta temas que contrariam fatos estabelecidos e distorcem a história e a realidade. Como, por exemplo, criacionismo contra o *evolucionismo*²⁰, a descrença de que o aquecimento global é real, a suspeita de que vacinas induzem autismo ou causam doenças e outras teorias conspiratórias. O autor complementa que a pós-verdade transfere a autoridade da ciência e do jornalismo sério para as opiniões.

4.2.3 *Fake news*, meias verdades e inverdades

A pós-verdade não veio sozinha. Para Zarzalejos (2017, p. 11), “as *fakes news*, as verdades alternativas e as mentiras, todos estes conceitos estão abarcados no guarda-chuva semântico da pós-verdade”. O fenômeno das *fake news* se deve a uma série de fatores que combinados criam um ambiente propício para a divulgação de notícias que não são verificadas. O primeiro engloba o ambiente de alta polarização política. Logo, se você é de direita, não ouvirá a esquerda e vice versa. Tal atitude impossibilita o debate e impede que se chegue a um consenso.

O segundo fator diz respeito à descentralização da informação. Com a globalização da *internet*, o poder de divulgar informações saiu das mãos dos meios de comunicação. Não há mais um emissor e vários receptores ouvindo passivamente do outro lado. Todos podem ser emissores e receptores ativos emitindo sua opinião.

²⁰ Ambas as teorias buscam explicar a origem da vida e a evolução do homem. Na teoria do Criacionismo, acredita-se que Deus criou todas as coisas, inclusive o homem, a partir do seu sopro de vida. Por outro lado, o evolucionismo se baseia em pesquisas científicas. Os gases existentes na Terra teriam formado as primeiras moléculas orgânicas e mais tarde os primeiros seres vivos. A teoria do evolucionismo foi complementada pelo inglês Charles Robert Darwin (1809-1882). Para ele, a origem e evolução das espécies ocorre por meio da seleção natural.

Os meios de comunicação tradicionais passaram a concorrer com meios de comunicação alternativos e independentes. “Parte dos novos canais têm uma agenda política, e seus compromissos propagandísticos e ideológicos suplantam qualquer compromisso com informação factual.” (PEROSA, 2017, não paginado).

Por fim, o terceiro fator é o ceticismo instaurado em nossa sociedade, pois ao sermos continuamente enganados, nos tornamos desconfiados. E o primeiro alvo dessa desconfiança são “[...] as instituições políticas e democráticas que seriam responsáveis por nosso bem-estar social – os governos, os partidos e os veículos de mídia tradicional.” (PEROSA, 2017, não paginado).

O termo “*fake news*” ganhou notoriedade, mas não existe consenso sobre sua utilização. “A expressão ‘notícias falsas’ é um oxímoro²¹ que se presta a danificar a credibilidade da informação que de fato atende ao limiar de verificabilidade e interesse público – isto é, as notícias reais.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 7).

Não é mais incomum o jornalismo ser usado como munição na guerra da desinformação. “É típico dos criadores de notícias falsas fazerem recortes de frases para a causa que defendem. Eles também manipulam vídeos e imagens, mudam datas, atrelam conteúdo a outros autores.” (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 19).

As notícias falsas simulam a linguagem jornalística, a aparência dos *sites* de informação, escondem-se nas sombras e apresentam-se como jornalismo sem sê-lo realmente. “Impossível encontrar o autor. Impossível ter com quem reclamar sobre seu conteúdo. [...] as *fake news* enganam os sistemas de proteção naturais e informais do debate público e [...] produzem seus estragos.” (BUCCI, 2019, p. 34).

Para autores como Bucci (2019), as *fake news* não podem ser consideradas apenas como mentiras, pois as duas possuem distinções:

²¹ Segundo o Dicionário Priberam [entre 2008 e 2020], oxímoro pode ser definido como uma combinação engenhosa de palavras cujo sentido literal é contraditório ou incongruente.

Quadro 2 - Características das *fake news*

Características das <i>fake news</i>	São uma falsificação de relato jornalístico ou de enunciado opinativo nos moldes dos artigos publicados em jornal. Portanto, as <i>fake news</i> são uma modalidade de mentira necessariamente pós-imprensa.
	Provêm de fontes desconhecidas – sua origem é remota e inacessível.
	Sua autoria é quase sempre forjada. Quando se valem de excertos de textos reais, elas descontextualizam os argumentos para produzir entendimentos falsos.
	Têm – sempre – o propósito de lesar os direitos do público, levando-o a adotar decisões contrárias àquelas que tomaria se conhecesse a verdade dos fatos.
	As <i>fake news</i> tapeiam o leitor em diversas áreas: na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência (umas asseguram que a Terra é plana).
	Dependem da existência das tecnologias digitais da <i>internet</i> – como <i>big data</i> , algoritmos dirigindo o fluxo de conteúdos nas redes sociais e o emprego de inteligência artificial.
	Agem num volume, numa escala e numa velocidade sem precedentes na história.
	Por fim, as notícias fraudulentas dão lucro (além de político, lucro econômico). Elas se converteram num negócio obscuro.

Fonte: BUCCI (2019, p. 38-39)

A manipulação de fatos e informações, principalmente por políticos, não é nenhuma surpresa. O fator novo são as redes sociais como o *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e buscadores como o *Google*. “O novo é que estamos em uma nova era, turbinada pela *internet* e pelas redes sociais, em que o crescimento é viral e o efeito, exponencialmente explosivo.” (GENESINI, 2018, p. 49).

No alvorecer da *internet*, o clima era de esperança, promessa de democratização da informação, sem intermediários entre o conhecimento. Contudo, algumas décadas depois, não é bem isso que aconteceu. Pelo contrário, ao que tudo indica, vivemos na era da desinformação, mergulhados nas *fake news* em vez do conhecimento libertador.

Conforme Barbosa (2019, p. 4), “a disseminação de mentiras tem colocado à prova a noção de verdade e revela uma inquietante perda de confiança em instituições portadoras da verdade: a imprensa, a ciência e as elites intelectuais”. Nas redes, as *fake news* são como gasolina quando despejada em chamas, afirma Filgueiras *et al.* (2018). Elas se aproveitam do sensacionalismo e da polarização criada pela política. “A tecnologia se provou um combustível altamente inflamável. Cada vez mais nos damos conta do lado sombrio do que foi imaginado como um catalisador de inovação e de mudanças.” (KAKUTANI, 2018, p. 84).

Keyes (2018) vai no mesmo sentido que Kakutani (2018). O autor explica que o cenário de anonimato fornecido pelas redes sociais fomenta ainda mais o crescimento da desonestidade. A tecnologia moderna lubrifica as engrenagens da pós-verdade. “Os seres humanos sempre usaram mitos para conter a ansiedade, mas a *internet* expande exponencialmente a nossa capacidade de disseminar fábulas.” (KEYES, 2018, p. 202). O problema, segundo o autor, é quando a mentira se torna tão frequente e os mentirosos tão habilidosos, que passamos a desconfiar até mesmo de quem fala a verdade.

Outra fonte de preocupação é o fato de que as redes estão inundadas de dados. Isso faz com que não seja possível assimilar todas as informações. Portanto, o usuário precisa fazer uma seleção do que quer ver e consumir na *internet*. Contudo, essa seleção cria as bolhas informacionais. “O enorme volume de dados na *web* permite que as pessoas selecionem cuidadosamente fatos, factoides ou não fatos que apoiem seu ponto de vista.” (KAKUTANI, 2018, p. 85).

Em 2018, o *Facebook* modificou seu algoritmo de modo a priorizar publicações de amigos e familiares em detrimento de páginas como perfis jornalísticos, isso estimulou ainda mais o surgimento de bolhas. Para Genesini (2018, p. 54-55), em um mundo polarizado, “o 'efeito rede' potencializa a intolerância, a impaciência e o ódio. Escutamos só o que queremos, o que reforça os nossos preconceitos”. É o chamado viés de confirmação. Se acreditamos em algo, focamos

em encontrar evidências que reafirmam esse ponto de vista e invalidam teorias contrárias.

As crenças pessoais ganharam força em detrimento da lógica e dos fatos e acabaram se estabelecendo como pressupostos compartilhados pela sociedade. Quando nos cercamos de pessoas que concordam com o que pensamos, amplia-se ainda mais o poder das notícias falsas. Conforme explicam Roque e Bruno (2019), as bolhas amplificam esse poder, pois não encontram resistência nos receptores, visto que:

a repetição de mensagens em grupos de afinidade leva à familiaridade, que por sua vez, leva à aceitação. Ou seja: mensagens falsas têm apelo quando relacionadas a identidades de grupo, pois as pessoas são mais suscetíveis a aceitar uma informação consistente com outras mensagens nas quais elas já acreditam e que compartilham com seu meio. (ROQUE; BRUNO, 2019, p. 19).

Kakutani (2018) e Zarzalejos (2017) ecoam o mesmo alerta. O nacionalismo, o tribalismo, a sensação de estranhamento, o medo de mudanças sociais e o ódio aos estrangeiros estão novamente em ascensão à medida que as pessoas, trancadas nos seus grupos partidários e protegidas pelo filtro de suas bolhas, vêm perdendo a noção de realidade compartilhada e a habilidade de se comunicar com as diversas linhas sociais e sectárias.

As notícias falsas mexem com as emoções, elas apelam para o sentimental. Os desejos e as emoções se sobrepõem aos fatos e ao valor da verdade. Dessa maneira, o isolamento do indivíduo dentro das bolhas agrava ainda mais o problema. Nas redes sociais, o usuário se encontra encapsulado em ambientes que o espelham e o reafirmam. “São multidões de iguais, multidões de si mesmos. É sabido, também, que os algoritmos das redes sociais estimulam esse efeito, espessando as muralhas que separam umas bolhas das outras.” (BUCCI, 2019, p. 41-42).

Quem produz desinformação deliberadamente conta com essas bolhas. Eles apelam aos sentimentos, fazendo com que o receptor dissemine aquela informação em seu meio e amplie o alcance da mensagem. Ao espalhar informações dentro de círculos no quais todos pensam de maneira semelhante, e que por sua vez também irão acreditar e replicar aquela mensagem até se tornar a “verdade” daquelas pessoas, faz com que as mentiras tenham um poder de disseminação jamais visto. “Eles procuram encorajar-nos para nos tornarmos condutores de suas mensagens,

explorando nossas propensões para compartilhar informações por múltiplas razões.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 8).

Além disso, um elemento agravante é o fato de que as *fake news* são gratuitas e facilmente acessíveis, enquanto o jornalismo de qualidade precisa cobrar para conceder acesso às informações. Filgueiras *et al.* (2018) destaca que a imparcialidade não é palatável. Ou seja, a isenção necessária no conteúdo jornalístico se torna maçante, sem graça. Por outro lado, as *fake news* geralmente apelam para o sensacionalismo e para as nossas emoções. “O público se habituou a só ler aquilo que o agrada. Está desacostumado a ser confrontado. Quando lê uma matéria com os dois lados, sente-se contestado.” (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 14-15).

4.3 REAFIRMANDO A CREDIBILIDADE EM TEMPOS DE CRISE

No mundo da pós-verdade, onde os conceitos de verdade e mentira se tornam relativos, a credibilidade adquire papel de destaque. Leva-se em consideração, portanto, o quanto confiamos em algo ou alguém para definir se aquela informação pode ser considerada uma verdade ou uma mentira.

4.3.1 Credibilidade

Segundo Lisboa (2012), a credibilidade está amparada em valores éticos e morais que ajudam a analisar uma fonte e definir se ela será uma boa fonte ou não. Nesse caso, uma avaliação positiva da credibilidade da fonte é capaz de gerar confiança.

De acordo com Grossi e Dos Santos (2018), por estarem relacionados, os conceitos de credibilidade e confiança podem levar à percepção de que se tratam de conceitos iguais, contudo, existem diferenças epistemológicas significativas entre elas. Para as autoras, o jornalismo depende intrinsecamente da confiança que o público escolhe depositar em suas mensagens.

Ainda conforme Grossi e Dos Santos (2018), essa confiança está sujeita às características de cada sujeito, mas também é regulamentada por critérios de credibilidade já estabelecidos. Lisboa (2012) corrobora com o que afirmam Grossi e Dos Santos (2018), ao afirmar que as ações e palavras de um meio de comunicação seguem uma regularidade. Da mesma maneira, a forma como essas palavras serão

interpretadas pelo receptor também seguem determinados princípios preexistentes. “A recepção de um testemunho desperta no interlocutor um mecanismo de aprendizado, que é parte inato e parte modificado pela experiência, especialmente no que tange ao seu conteúdo crítico.” (LISBOA, 2012, p. 10).

Para Lisboa (2012), os indivíduos avaliam o conteúdo jornalístico com base em um saber social e histórico construído sobre o jornalismo. Os indivíduos aplicam esse saber ao, por exemplo, comparar o contexto e as fontes.

Isso os leva a aceitar relatos semelhantes aos que já foram aceitos anteriormente e refutar relatos semelhantes aos que já foram considerados carentes de credibilidade. “As condições relacionadas à crença no testemunho se referem ao caráter do orador, ao conteúdo do relato, ao contexto em que ele ocorreu e às razões do receptor para confiar nas palavras dos outros.” (LISBOA, 2012, p. 11-12).

Ainda segundo Lisboa (2012), a credibilidade também está associada a quatro leis:

- 1) lei da associação, que remete ao exemplo das fontes citadas em um texto que, quando consideradas confiáveis pelo interlocutor, acabam gerando uma associação entre a credibilidade da fonte e a do jornal, por exemplo;
- 2) lei da progressão geométrica, de acordo com a qual cada episódio em que um orador A manifesta a sua credibilidade constituída, ele a aumenta de forma geométrica;
- 3) lei da indução, segundo a qual não basta uma multiplicidade de casos para garantir plenamente a credibilidade de um orador A, mas basta um único episódio negativo para abalá-la;
- 4) lei da transferência, que afirma que, se um orador A se manifestou como credível numa situação ou contexto X, ele irá se mostrar confiável em outra situação. (SERRA, 2006, *apud* LISBOA, 2012, p. 13).

Nota-se que a noção de confiabilidade geralmente pode ser atribuída pelo receptor da mensagem. Para Lisboa e Benetti (2017), os atributos de credibilidade precisam ser incorporados por quem enuncia para, então, serem assimilados por quem recebe e interpreta o discurso. Trata-se de um “ [...] fenômeno que surge dentro do processo de comunicação e tem como ponto de partida o outro lado, ou seja, o receptor da informação ou de um texto.” (SEINDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 7).

Para avaliar o nível de credibilidade de uma fonte e de seu discurso, Lisboa (2012) explica que são utilizadas variáveis como competência e integridade. O leitor avalia se o informante possui interesses escusos e analisa sua objetividade, imparcialidade e coerência. Então, a partir desses sinais, ele constitui seu julgamento se aquele emissor é crível ou não.

Um enunciador pode ter sua credibilidade constituída a partir das suas atitudes, entretanto, ainda depende da credibilidade percebida pelo leitor. Conforme Lisboa (2012), a fonte precisa que a audiência a reconheça como crível para que o conceito de credibilidade ganhe valor em um ato de comunicação. Ou seja, a credibilidade da fonte ou de seu discurso precisa existir antes do ato de comunicação e, além disso, ainda é dependente da visão do sujeito.

Lisboa (2012) denomina essa relação como credibilidade constituída por parte da fonte de informação (construída pelo comunicador) e a credibilidade percebida pelo interlocutor (forma como o receptor percebe o comunicador). “A credibilidade constituída não tem valor nem relevância em si senão através da percepção de alguém, por meio da credibilidade percebida.” (LISBOA, 2012, p. 16).

Também conforme a autora, a credibilidade constituída se forma a partir das características da fonte e pela maneira como essas características satisfazem as dimensões reconhecidas, citadas anteriormente, como necessárias para ser uma fonte confiável. Já a credibilidade percebida é resultado do reconhecimento por parte do interlocutor de que a fonte é confiável a partir dessas características.

De acordo com Lisboa (2012), o receptor da comunicação também leva em consideração a reputação e autoridade da fonte no assunto, pois são indicativos elementares de credibilidade. Além disso, a intenção moral da fonte é levada em consideração. Não se trata apenas da correspondência do relato e dos fatos, mas também, de uma relação que se estabelece entre leitor e narrador, quando o último conquista a confiança do público. “A credibilidade enquanto uma percepção qualitativa se formaria nesta relação, amparada sobre este compromisso moral, que se consolida ao longo do tempo.” (LISBOA, 2012, p. 30).

A veracidade, juntamente com a competência da fonte, é um dos fatores determinantes na análise da credibilidade. Para Seindenglanz e Sponholz (2008, p. 17), “[...] o pressuposto da veracidade é uma causa decisiva para que credibilidade seja atribuída a um meio, a um veículo, a um comunicador ou a uma mensagem”. Por sua vez, Santos (2018) alerta que os meios de comunicação consideram a verdade como sinônimo de credibilidade e, conseqüentemente, utilizam a veracidade como moeda de troca com o público.

Em sua pesquisa²², Lisboa (2012) apresenta os valores associados pelo leitor à credibilidade jornalística. São eles, por ordem de relevância: independência (49%), imparcialidade (24,1%), honestidade (15,1%), objetividade (7,8%) e coerência (4%). Esses critérios também estão relacionados à verdade e ao interesse público.

A autora destaca que esses princípios são os mesmos encontrados nos manuais de ética profissional, nos materiais institucionais dos grandes veículos e na teoria do jornalismo. As exigências feitas ao jornalismo quanto a sua credibilidade não são diferentes das exigências feitas a qualquer tipo de informação. “Os leitores não inventam valores e os projetam em um jornalismo ideal.” (LISBOA, 2012, p. 78).

Ainda conforme Lisboa (2012), o conhecimento produzido pelo jornalismo se torna confiável à medida que desenvolve métodos e processos que garantem a veracidade, rigor, pluralismo, objetividade e imparcialidade nos relatos.

Por sua função social, o jornalismo precisa oferecer garantias de que é um meio crível e confiável. O leitor não possui as ferramentas necessárias para investigar a autenticidade de um relato, por isso deposita sua confiança no jornalismo. “É por este motivo que as garantias oferecidas pela fonte devem suprir parte dessa necessidade de veracidade do público.” (LISBOA, 2012, p. 29).

Conforme Lisboa (2012), a credibilidade no jornalismo se forma a partir da autoridade das fontes utilizadas e da autoridade própria conquistada pelo jornalismo ao demonstrar sua competência por meio da construção de relatos verdadeiros. A autora exemplifica que, ao consultar fontes confiáveis, ocorre uma transferência mútua de credibilidade entre fonte e jornalismo. Além disso, ao cumprir sua função social, o jornalismo assegura sua credibilidade.

Ademais, para autores como Serra (2006, p. 4), a credibilidade das fontes não assegura totalmente a credibilidade jornalística, “exige-se, para além disso, que cada um dos jornalistas e a organização jornalística como um todo obedeçam a princípios deontológicos e técnicos”. Os autores Seidendglanz e Sponholz (2008) complementam Serra (2006) ao afirmarem que a credibilidade não é restrita à representação da realidade de algo. Ou seja, os receptores não consideram que uma

²² Essa pesquisa foi incluída nesse projeto por sua importância ao conceituar credibilidade e apresentar as regras que a condicionam. Além disso, a pesquisa se destaca ao examinar, por meio do método da Análise do Discurso, 1.017 comentários de leitores sobre o editorial “O mal a evitar”, em que o jornal “O Estado de S. Paulo” declara apoio ao candidato a presidente José Serra (PSBD) uma semana antes das eleições presidenciais de 2010. Mesmo sendo publicada em 2012, a pesquisa se destaca por ser método de abordagem e, por ser, até o momento, a única a explorar credibilidade constituída pela fonte de informação e a credibilidade percebida pelo interlocutor.

informação seja verdadeira simplesmente pelo fato de ela o ser. “A veracidade de um texto depende de uma série de fatores que estão ligados ao tipo de meio, à instituição e ao próprio comunicador.” (SEINDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 17).

Lisboa e Benetti (2017) reforçam que a credibilidade constituída no jornalismo decorre em função de princípios como a verdade e o interesse público. Sendo que a verdade está associada à integridade, enquanto o interesse público está associado à competência.

Segundo autores como Grossi e Dos Santos (2018), essa percepção dos receptores também pode estar atrelada a diversos acontecimentos como a situação política, social e econômica, bem como a sociedade e a época. Além do mais, pode levar à impressão de que “[...] a mídia está interferindo de alguma maneira nessa realidade. Dessa forma, pode ocorrer a desconfiança generalizada no conteúdo jornalístico e em seus atores.” (GROSSI; DOS SANTOS, 2018, p. 43).

De fato, de acordo com Ireton e Posetti (2018), as consequências da desinformação para o jornalismo são a erosão da confiança nas notícias, no jornalismo e nos jornalistas. Além da mistura de informações de qualidade com a desinformação, o que gera aumento na desconfiança geral, visto que os cidadãos precisam lutar para discernir o que é verdadeiro ou não. Como resultado, isso cria um regime de cinismo e desconfiança no qual as instituições historicamente aceitas, hoje são questionadas. De acordo com os autores, “[...] o volume e o alcance da desinformação [...] infligiram um contágio que ameaça prejudicar a reputação do jornalismo.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 68).

Pode-se perceber esse regime de desconfiança nas pesquisas sobre confiança no jornalismo. Uma série histórica do Ibope Inteligência (2019) demonstra que, apesar de estar entre as instituições com bom índice de credibilidade, a taxa de confiança nos meios de comunicação está caindo. Em 2009, era de 71 pontos, entretanto caiu para 51 pontos em 2018. De maneira semelhante, o Instituto Datafolha (2018) indica que, em 2012, 31% dos entrevistados confiavam muito e 18% não confiavam na imprensa, enquanto 51% confiavam pouco. Contudo, em 2018, esse índice cai para 16% que confiam muito, 37% que não confiam e 45% que confiam pouco.

A pós-verdade afeta a credibilidade das informações em geral e seu impacto também pode ser percebido no jornalismo. De acordo com Santos (2018), essa situação leva a reflexões sobre o ato de fazer jornalismo, principalmente, em relação

à credibilidade e à veracidade em meio a tantas versões, opiniões e desinformação nas redes sociais. “A *internet* provocou um abalo na credibilidade de grandes instituições e a mídia é uma delas.” (SANTOS, 2018, p. 40).

Se o público desenvolve incerteza quanto às intenções de jornalismo, isso resulta em uma desconfiança. Para Grossi e Dos Santos (2018, p. 44), “esse cenário leva, então, para uma perda de credibilidade de determinados autores, empresas ou até mesmo do jornalismo em si segundo a percepção do público”. Como consequência, se o público desconfia da credibilidade do jornalismo, ele passa a buscar informações em outros lugares como, por exemplo, as redes sociais.

Como citado anteriormente, com a pluralidade de opções disponíveis na *internet*, essa abundância de informação leva ao surgimento das bolhas informacionais. Santos (2018) explica que, a partir da descredibilização do jornalismo, as informações presentes nas bolhas se fortalecem e adquirem o *status* de “verdade”. A utopia desejada à *internet*, de que essa ampliasse as vozes no debate, na verdade “[...] se torna um terreno fértil para a chegada de novos líderes para tomar o espaço vago da imprensa descredibilizada.” (SANTOS, 2018, p. 44).

Dessa forma, o jornalismo ganha uma nova atribuição na sua função social. Nesse ambiente repleto de informações sem credibilidade, o jornalismo precisa reafirmar seu compromisso com a verdade e a objetividade. “Neste mar de informações sem credibilidade, o jornalismo é pautado, muitas vezes, para desmentir os boatos.” (SANTOS, 2018, p. 45).

Uma forma de realizar essa tarefa é por meio da checagem dos fatos. A checagem sempre foi um princípio orientador do jornalismo. Contudo, de acordo com Ireton e Posetti (2018), ela ganha uma nova abordagem no século XXI. Ao invés de verificar a informação durante a apuração, o *fact checking* verifica uma afirmação após ela se tornar de relevância pública como, por exemplo, declarações de políticos, autoridades e figuras públicas.

Essa abordagem busca responsabilizar as figuras públicas por suas declarações. De acordo com Ireton e Posetti (2018), os verificadores de fatos buscam fontes independentes e confiáveis que sejam capazes de confirmar ou refutar aquela declaração. O *Fact Check.org*, um projeto do *Annenberg Public Policy Center* da Universidade da Pensilvânia, lançado em 2003, e o *Channel 4 Fact Check*, lançado em 2005, são considerados os pioneiros na checagem de fatos.

De acordo com os autores, dois momentos foram definitivos para o fortalecimento da checagem de fatos. Sendo o primeiro deles, a entrega do Prêmio Pulitzer 2009 de reportagem nacional ao *PolitiFact*, um projeto de checagem de fatos recém criado. Depois disso, as agências de checagem de fatos tiveram uma segunda fase de crescimento exponencial a partir do fortalecimento das *fake news*.

Para os autores, a checagem de fatos é uma ferramenta importante a ser utilizada no desembrulhar das narrativas. Segundo Ireton e Posetti (2018, p. 50), a narrativa “está presente nas notícias, assim como na desinformação, na informação incorreta e na má-informação. Assim, a narrativa está embutida onde fatos são selecionados como salientes nas notícias”. Com isso, as redações passam a lutar “para reivindicar e desempenhar seu papel histórico de guardiões do portão, cujo produto pode ajudar a estabelecer a verdade.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 60).

Ao longo do tempo o jornalismo construiu a confiança com o público de diversas formas. Nessa relação, a confiança sempre foi a moeda de troca entre o jornalismo e o público, um contrato com o leitor. Inicialmente, acreditava-se que o jornalismo atuava como um espelho da realidade, portanto, por associação, se ele refletia a realidade, logo refletia a verdade também.

Dessa forma, ser objetivo no jornalismo transformou-se em sinônimo de possuir credibilidade. A reportagem é o elo do leitor com os acontecimentos e o jornalista é quem transmite a informação, quem faz esse elo acontecer. Segundo Santos (2018), surge então o jornalismo centrado pela busca da objetividade, e por conseguinte, da credibilidade.

Contudo, esse modo de fazer jornalismo logo encontra falhas, pois a “verdade” não se traduz apenas pelo que aconteceu. Existem muitas facetas por trás de uma história. Um exemplo disso é a famosa propaganda da Folha de São Paulo, o comercial “Hitler”, exibido pela primeira vez em 1987. Nele, um narrador transmite frases que podem ser atestadas como verdadeiras sobre a atuação de Adolf Hitler enquanto presidente da Alemanha, mas que apesar de verdadeiras não traduzem o panorama geral das ações do ditador. Por isso, divulgar o que aconteceu nem sempre traduz toda a situação.

No exercício da profissão algumas características estão intrínsecas no agir do jornalista, para Hunter (2013) uma delas é a crença de que qualquer tentativa de reformar o mundo fracassará se ela não for baseada na realidade, ou seja a subjetividade. Segundo o autor, a subjetividade direciona o jornalista a ser objetivo em

relação aos fatos, ou seja, o jornalista usa a subjetividade como um incentivo para permanecer neutro em relação às evidências. Contudo, surge o questionamento, pois o papel do jornalismo não se limita apenas a transmitir os fatos de maneira objetiva e neutra.

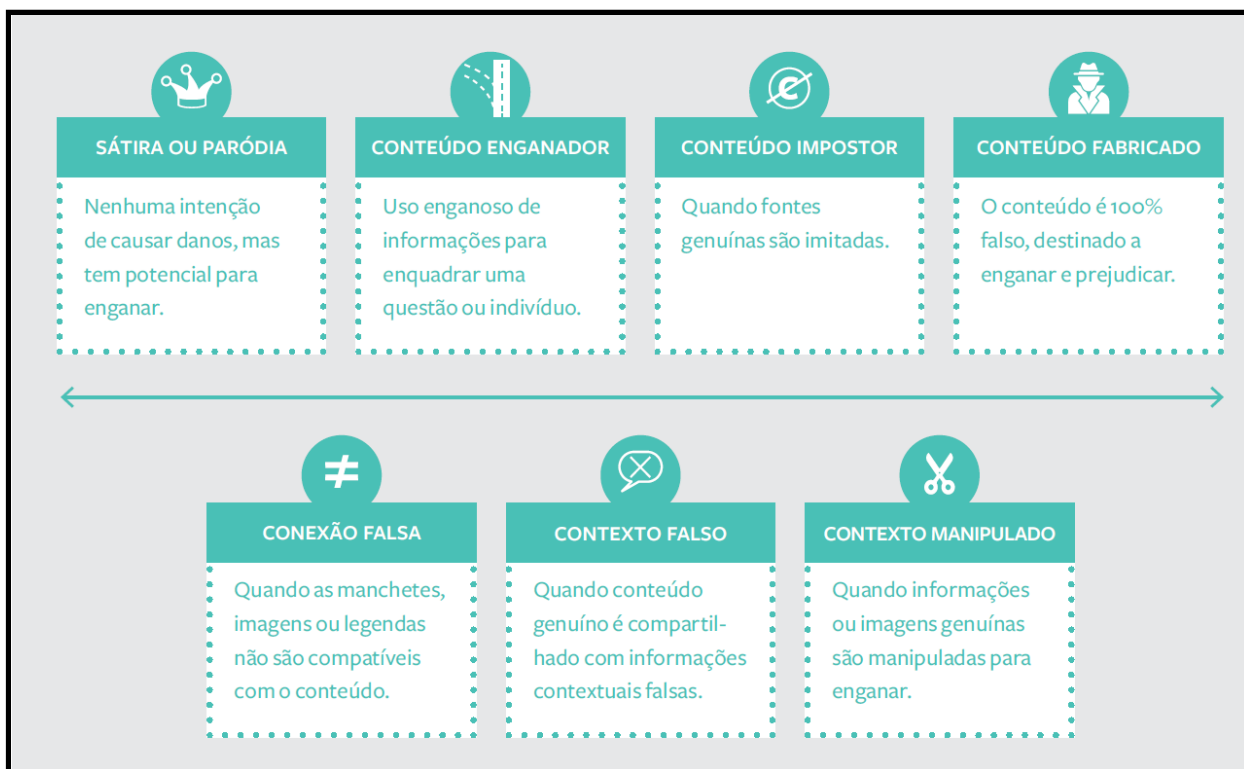
Com o surgimento da pós-verdade, esse questionamento se torna ainda mais incipiente, pois de que forma o jornalismo precisa atuar para garantir um retrato fiel, contextualizado e aprofundado ao seu público? Surgem então diferentes reflexões sobre o ato de fazer jornalismo, principalmente sobre a “credibilidade e a veracidade das informações jornalísticas diante das inúmeras versões, opiniões e notícias falsas disponíveis nas redes sociais.” (SANTOS, 2018, p. 44).

Como já citado, as inúmeras versões nas redes sociais fazem com que a sociedade acesse a informação sozinha e passe a questionar o papel do jornalismo e a necessidade de uma mediação dos fatos. A descrença do público sobre informações jornalísticas, sejam notícias, análises ou opiniões, deriva da combinação das seguintes causas: a fragmentação da notícia no digital, desintermediação da notícia no meio digital, as notícias falsas, a polarização política, o viés de confirmação e as bolhas informativas.

Conforme o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), a fragmentação da notícia ocorre durante a migração do impresso para o *on-line*, pois uma vez disponíveis nas redes sociais, o conteúdo jornalístico se mistura e se confunde com o ruído digital. Já a desintermediação, associada à fragmentação, diz respeito à possibilidade das fontes, principalmente as governamentais e políticas, de evitarem o jornalismo. Isso ocorre pois não dependem mais dos meios de comunicação para alcançar seu público uma vez que podem fazer isso diretamente por meio das suas contas em redes sociais.

Outra causa, segundo o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), são as “notícias falsas”, informações deliberadamente fraudulentas, entre outros tipos de desinformação, que são publicadas sobretudo nas redes sociais e aplicativos de mensagens. Ireton e Posetti (2018) classificam a desinformação em seis categorias:

Ilustração 16 - Sete categorias de “desordem da informação”



Fonte: livro Jornalismo, *Fake News* & Desinformação: Manual para Educação

Além da disseminação de informações falsas, a já mencionada polarização política também é um fator determinante no processo de descredibilização do jornalismo, pois grande parte do eleitorado tende a desacreditar informações verdadeiras que prejudiquem seus aliados e candidatos ou que beneficiem seus oponentes.

A polarização amplifica também o viés de confirmação, no qual as pessoas tendem a aceitar somente informações que confirmem suas crenças ou hipóteses iniciais. Além disso, as bolhas sociais também contribuem para a perda de credibilidade do jornalismo, visto que confinadas em suas bolhas, as pessoas se relacionam apenas com pessoas que pensam de forma semelhante à sua. Qualquer realidade que seja destoante, é rechaçada, por isso, não há diálogo ou debate.

Diante de todos esses empecilhos trazidos pela pós-verdade, torna-se essencial o ato de repensar a credibilidade e os parâmetros profissionais para avaliar dados, fatos e eventos. Para Santos (2018, p. 45), esse repensar a credibilidade é “imprescindível para a sobrevivência do jornalismo, o que torna ainda mais necessária

a discussão sobre o modo de produção jornalístico, incluindo a etapa da investigação e apuração dos fatos”.

Ainda segundo a autora, o cenário atual indica que o jornalismo está buscando essas mudanças. Pode-se observar isso, comparando os estudos da *Edelman Trust Barometer* 2020 e 2021. Naquele ano, a confiança na mídia era de 44%. Já em 2021, a confiança na mídia passou para 48%.

Santos (2018) não nega que o jornalismo esteja passando por uma crise, mas ressalta que a instabilidade trouxe a possibilidade de reavaliar a profissão e seus pilares fundamentais. A apuração aprofundada e a checagem foram resgatadas e valorizadas a partir da criação de novos modelos de trabalho.

A autora cita que no Brasil já se nota o surgimento de novos modelos de fazer jornalístico com a criação de agências de checagem como a Lupa e o Aos Fatos, a criação do jornal Nexo e a explosão do jornalismo de dados. Além do surgimento do *Intercept* Brasil e a Agência Pública, por exemplo. Nota-se também que todas essas iniciativas têm a investigação jornalística como motriz fundamental. “Ou seja, a crise resgatou o jornalismo investigativo e reafirmou o verdadeiro papel do jornalista em um cenário em que qualquer pessoa pode informar. A crise resgatou o papel de investigar.” (SANTOS, 2018, p. 11).

O jornalismo pulsa vivo e determinado a desenvolver formas de se adaptar à nova realidade, para isso se empenha em criar novos modelos e novas possibilidades de reportar a realidade. Para a autora, a solução, portanto, está na construção de narrativas complexas, pois a partir delas o jornalismo poderá combater a desinformação e restabelecer o diálogo tão caro à democracia.

4.4 JORNALISMO INVESTIGATIVO

De forma geral, pode-se afirmar que o jornalismo investigativo trata, dentre outros pontos, de expor ao público questões que estão ocultas. Para isso, esse tipo de jornalismo requer o uso tanto de fontes e documentos secretos quanto informações e dados já divulgados. Melo (2015) explica que é a partir da redemocratização do Brasil, em 1979, que a prática do jornalismo investigativo se fortalece no país. Na época, ele era praticado por veículos estabelecidos e voltados para a denúncia de corrupção. Além disso, segundo a autora, o jornalismo investigativo brasileiro é fortemente influenciado pelo modelo norte-americano.

Hunter (2013) diferencia o jornalismo investigativo do tradicional ao afirmar que o segundo depende de materiais fornecidos pelos outros e atua de forma reativa, quase passiva, enquanto o jornalismo investigativo depende de materiais reunidos ou gerados a partir da própria iniciativa do repórter.

Da mesma forma, ainda segundo o autor, a cobertura convencional busca apresentar uma visão objetiva do mundo, enquanto o jornalista investigativo busca reformar o mundo. O autor é contundente ao afirmar que o jornalismo investigativo de forma alguma trata-se somente do jornalismo tradicional bem realizado, embora concorde que ambos possuem os elementos de quem, o quê, onde e quando.

Suas semelhanças acabam nesse ponto, pois o quinto elemento do *lead*²³, o “por que”, torna-se “como” no jornalismo investigativo. Além disso, na investigação os quatro elementos anteriores são trabalhados de forma mais complexa, tanto na quantidade quanto na qualidade. “Esses elementos e detalhes dão ao jornalismo investigativo, em sua melhor forma, uma poderosa qualidade estética que reforça o seu impacto emocional”. (HUNTER, 2013, p. 8).

²³ Estratégia utilizada na cobertura convencional que busca apresentar todas as informações relevantes de maneira simples e clara nas primeiras linhas ou parágrafos do texto.

Ilustração 17 - Diferenças jornalismo convencional x investigativo

JORNALISMO CONVENCIONAL	JORNALISMO INVESTIGATIVO
Pesquisa	
As informações são reunidas e relatadas a um ritmo fixo (diário, semanal, mensal).	As informações não podem ser publicadas até que a sua coerência e completude estejam garantidas.
A pesquisa é completada com rapidez. Não se faz uma pesquisa adicional uma vez que a história esteja completa.	A pesquisa continua até que a história esteja confirmada, e pode continuar após a sua publicação.
A história se baseia em um mínimo necessário de informações, e pode ser bastante curta.	A história se baseia no máximo possível de informações, e pode ser bastante longa.
As declarações das fontes podem substituir a documentação.	A reportagem requer uma documentação capaz de apoiar ou negar as informações das fontes.
Relações de fontes	
A boa fé das fontes é presumida, frequentemente sem verificação.	A boa fé das fontes não pode ser presumida; qualquer fonte pode fornecer informações falsas; nenhuma informação pode ser utilizada sem verificação.
As fontes oficiais fornecem informações ao(a) repórter livremente, para promoverem a si e às suas metas.	As informações oficiais são ocultadas do(a) repórter, porque a sua revelação pode comprometer os interesses de autoridades ou instituições.
O(a) repórter deve aceitar a versão oficial da história, ainda que ele ou ela possa contrastá-la com comentários ou afirmações de outras fontes.	O(a) repórter pode desafiar ou negar explicitamente a versão oficial de uma história, com base nas informações de fontes independentes.
O(a) repórter dispõe de menos informações do que a maioria das suas fontes.	O(a) repórter dispõe de mais informações do que qualquer uma das suas fontes, considerada individualmente, e de mais informações do que a maioria delas em conjunto.
As fontes são quase sempre identificadas.	As fontes frequentemente não podem ser identificadas, em nome de sua segurança.
Resultados	
A reportagem é vista como um reflexo do mundo, que é aceito assim como ele está dado. O(a) repórter não espera obter resultados além de informar o público.	O(a) repórter se recusa a aceitar o mundo como ele se apresenta. A história visa a penetrar ou expor uma dada situação, para que seja reformada ou denunciada, ou, em certos casos, para que se promova um exemplo de um caminho melhor.
A reportagem não requer um engajamento pessoal por parte do(a) repórter.	Sem um engajamento pessoal do(a) repórter, a história nunca será completada.
O(a) repórter busca ser objetivo(a), sem viés ou juízo de valor em relação a qualquer uma das partes envolvidas em uma história.	O(a) repórter busca ser justo(a) e escrupuloso(a) em relação aos fatos da história, e com base nisso pode designar as suas vítimas, heróis e malfeitores. O(a) repórter também pode oferecer um juízo de valor ou veredito sobre a história.
A estrutura dramática da reportagem não é de grande importância. A história não precisa ter um final, pois as notícias continuam.	A estrutura dramática da história é essencial para o seu impacto, e leva a uma conclusão que é oferecida pelo(a) repórter ou por uma fonte.
Erros podem ser cometidos pelo(a) repórter, mas eles são inevitáveis e, normalmente, não têm muita importância.	Os erros expõem o(a) repórter a sanções formais e informais, e podem destruir a credibilidade do(a) repórter e do(s) meio(s) de comunicação.

Fonte: HUNTER (2013, p. 9)

4.5 CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE DADOS NO JORNALISMO APROFUNDADO

Após a explanação teórica em relação ao conceito de Jornalismo de dados no terceiro capítulo, bem como a definição de credibilidade realizada anteriormente neste capítulo, esta seção objetiva compreender de que maneira ambos os conceitos se complementam na construção da narrativa jornalística. Como resultado da transformação tecnológica e cultural, também citada anteriormente, é natural que o papel do jornalismo mude para se adaptar ao novo cenário.

Para Grandin (2014), é necessário inovar para gerar valor. Para o autor, o Jornalismo de dados emerge como uma nova prática capaz de contribuir para retomar, ao mesmo tempo, a relevância do papel jornalístico, bem como reconquistar a atratividade econômica perdida nas últimas décadas.

Para ele, o jornalismo reafirma seu papel de mediador por meio do jornalismo de dados ao se destacar como produtor de sentido, passando a atuar, não mais como guardião do portão, mas como um centro de referência de informações com credibilidade, ou seja, como um polo de dados confiáveis. Portanto, o jornalismo de dados é capaz de transformar a gigantesca quantidade de dados disponíveis em informações que sejam relevantes e façam sentido para a sociedade.

Nesse sentido, conforme Grandin (2014, p. 30), o Jornalismo de Dados serve “como contraponto à obsolescência dos meios de comunicação de massa tradicionais e se apresenta como uma das saídas para a crise existencial do jornalismo no século XXI”. Esse novo modo de produção se destaca por oferecer novos modos narrativos de maneira compreensível e acessível.

Se a seleção e a hierarquização das informações, que eram de domínio do jornalismo, passaram a ser de fácil acesso, o mesmo não se aplica às bases de dados de interesse público. O autor destaca que muitos bancos de dados são de livre acesso como, por exemplo o Portal Brasileiro de Dados Abertos, o GovData, uma plataforma de inteligência para aplicação de políticas públicas baseadas em evidências ou ainda o Base dos Dados, um site que cataloga conjuntos de informações públicas elaborados por organizações de todo o mundo.

Entretanto, a maioria das pessoas não possuem conhecimento, tempo disponível ou a habilidade necessária para interpretar os dados e organizar de forma compreensível. Portanto, nisso reside a importância de o jornalismo exercer essa

função. “Ao fazer a ponte entre esses dados e a população, o jornalismo auxilia estes cidadãos, empresas, governos e instituições, a tomarem decisões.” (GRANDIN, 2014, p. 41).

O autor explica que o jornalismo não possui valores intrínsecos, ou seja, aqueles que vêm implícitos na essência, como a justiça, a liberdade, a verdade e a felicidade. O jornalismo somente possui valores instrumentais, ou seja, aqueles que contribuem para alcançar os valores intrínsecos, sendo alguns deles o entendimento, a participação democrática, e o compromisso. Portanto, o jornalismo precisa criar seu valor e, para tanto, aplica os valores instrumentais na medida em que contribui para a democracia, ilumina a sociedade e facilita as relações sociais.

A criação de valor do jornalismo por meio de jornalismo de dados se inicia com a coleta dos dados. Segundo Grandin (2014), a coleta de dados exige conhecimento e ferramentas especializadas. Após a coleta, inicia-se a filtragem dos dados que consiste na seleção de uma enorme quantidade de informações, portanto, não é facilmente realizada por aqueles que não têm conhecimento das ferramentas de análise. Outra forma de agregar valor ao jornalismo por meio dos dados ocorre na visualização, pois desenvolver produtos visuais exige conhecimento de ferramentas de edição, além de habilidade para apresentar os dados de forma compreensível para as audiências.

Ainda segundo Grandin (2014), nesse processo também é necessário construir a história, pois, além dos dados, uma história exige a realização de entrevistas, construção de personagens, busca de informações de outras fontes, além da base de dados. Portanto, é necessário um complexo trabalho de processamento e adequação dos dados para o consumo da audiência. O Jornalismo de Dados agrega valor por meio de todas essas etapas, pois “essas práticas exigem conhecimento, tempo e muitas vezes têm um custo, mesmo que a maior parte das ferramentas usadas seja gratuita.” (GRANDIN, 2014, p. 62).

Na construção da história completa, além da coleta, processamento e organização, é necessária a contextualização e humanização desses dados para que se tornem compreensíveis. A humanização do jornalismo é uma característica distintiva do jornalismo aprofundado, Ijuim (2006) destaca que o jornalista deve transmitir o relato das ações humanas e atuar como vaso comunicante na sociedade.

Para o autor, o jornalismo parte do princípio racional de atuar e, portanto, se foca em dados parciais ou fatos únicos. Contudo, “o repórter corre o risco de

concentrar sua atenção nos fatos em si, sem a contextualização adequada e necessária à compreensão das ações, muito menos do todo.” (IJUIM, 2006, p. 8).

Ainda segundo Ijuim (2006), o fazer jornalístico não produz a verdade, mas procura versões verdadeiras. Essa busca envolve se relacionar com outros seres humanos no processo comunicativo. “Na procura da essência dos fenômenos, o comunicador atribui-lhe significados para proporcionar ao público, mais que a explicação, a compreensão das ações humanas.” (IJUIM, 2006, p. 9).

Além disso, essa busca envolve a compreensão das ações dos sujeitos envolvidos na comunicação e a responsabilidade ou autoria das ações humanas, segundo Ijuim (2006). Essa responsabilidade é dever moral do jornalista e está vinculada aos princípios éticos do jornalismo.

De forma geral, o autor destaca que a humanização do relato jornalístico envolve a observação e reflexão do mundo. Somente após a percepção do jornalista sobre o mundo é possível expressar de forma humanizada, sem comunicar apenas a parte técnica.

Ao jornalista cabe a “função social de comprometer-se com o mundo, de reconhecer que sua autoria responsável deve ser fruto do diálogo social, de sua cumplicidade/solidariedade com o público – os outros seres humanos.” (IJUIM, 2006, p. 11). Dessa forma, o Jornalismo de Dados introduz um novo conjunto de habilidades no jornalismo e, com isso, agrega valor e confiabilidade aos conteúdos jornalísticos.

Ao transformar sua narrativa, o jornalismo garante novamente seu papel de mediador. Segundo Grandin (2014), ao se direcionar para a coleta, análise e distribuição de bases de dados e ao incorporar um novo conjunto de habilidades e ferramentas, o Jornalismo Guiado por Base de Dados se diferencia das práticas tradicionais, e conseqüentemente se torna mais valorizado. “A adoção do JGD, seria uma das formas de as organizações jornalísticas adaptarem suas estratégias à nova realidade da mídia, criando conteúdos, produtos e serviços diferenciados e atraentes para o consumidor.” (GRANDIN, 2014, p. 97).

5 THE INTERCEPT BRASIL

Em 2013, o mundo foi abalado pela denúncia do ex-analista da CIA, Edward Snowden, cujas revelações afetaram diretamente os Estados Unidos (EUA) e outros países, inclusive o Brasil. Na época, Snowden revelou a Glenn Greenwald, jornalista do jornal britânico *The Guardian*, à Laura Poitras, documentarista e escritora, e a Jeremy Scahill, jornalista investigativo norte-americano, especialista em assuntos de segurança nacional, que o país norte-americano realizava um esquema de vigilância global por meio da Agência de Segurança Nacional. Como resultado desse esquema, os Estados Unidos coletavam dados de ligações, fotos, vídeos e *e-mails* de milhões de pessoas que usam *Skype*, *Facebook* e *Google*. As denúncias revelam também as escutas do Governo norte-americano contra líderes internacionais, como a chanceler (primeira-ministra) alemã, Angela Merkel, e a então presidenta brasileira, Dilma Rousseff.

As revelações foram publicadas pelo jornal britânico *The Guardian* em conjunto com o jornal *The Washington Post* e renderam ao jornal britânico seu primeiro prêmio Pulitzer. Em 2015, Glenn Greenwald foi o primeiro estrangeiro a conquistar o Prêmio Esso de Reportagem pelo seu trabalho com os dados vazados. A partir desse furo jornalístico, os três jornalistas receberam um aporte financeiro no valor de 250 milhões de dólares do bilionário da tecnologia Pierre Omidyar – um dos fundadores do *eBay*²⁴ – para criar uma organização de mídia independente e publicar pela *First Media Look*. Dessa forma, em 2014, surge o *The Intercept*.

A *First Look Media* é uma empresa multimídia dedicada a apoiar vozes independentes em jornalismo investigativo, cinema, arte, cultura, mídia e entretenimento. A empresa produz e distribui conteúdo em diversos formatos, incluindo longas, curtas, *podcasts*, mídia interativa e jornalismo narrativo.

Dois anos depois, Greenwald, que reside no Rio de Janeiro desde 2005, funda o *The Intercept* Brasil (TIB), no auge da crise política que culminaria com o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff (PT). O objetivo foi o de oferecer uma plataforma de jornalismo independente, voltado à responsabilização dos poderosos. Suas investigações são aprofundadas e suas análises se concentram em política,

²⁴ O *eBay* é um dos maiores *sites* de comércio eletrônico do mundo, sendo considerado pioneiro nesse tipo de serviço. Foi fundado em setembro de 1995, nos Estados Unidos por Pierre Omidyar, um engenheiro de software nascido na França e filho de pais iranianos imigrantes.

corrupção, meio ambiente, segurança pública, tecnologia, mídia, dentre outros assuntos.

Na busca por descentralizar sua sustentabilidade do aporte de Pierre Omidyar e devido à sua característica de jornalismo independente, em 2018, o jornal decidiu estreitar ainda mais os laços com os leitores. Durante as eleições daquele ano, os leitores tiveram a oportunidade de sugerir pautas e contribuir por meio de financiamento coletivo na plataforma Catarse. O sistema de financiamento funciona por meio de doações mensais, anuais ou doação única.

Os valores variam de R\$ 25 até R\$ 2 mil reais, dependendo da modalidade escolhida. Ao doar, os apoiadores ganham acesso a um grupo no aplicativo de mensagens *Telegram*, no qual podem conversar com os editores e repórteres do TIB e têm acesso a conteúdo exclusivo. Além disso, doações a partir de R\$50 mensais têm recompensas exclusivas como, por exemplo, um curso de segurança digital e um livro autografado.

O *The Intercept Brasil* ganhou repercussão em junho de 2019, quando publicou a série de denúncias intitulada “Vaza-Jato”²⁵. Um trocadilho com o nome da operação Lava-Jato, iniciada em 2009, que investigava crimes de lavagem de recursos públicos. As reportagens do *Intercept* investigam áudios e mensagens vazados que apontam ilegalidades cometidas pelos investigadores da operação Lava-Jato, inclusive o agora ex-ministro da Justiça do governo Jair Bolsonaro, Sergio Moro, e o procurador Deltan Dallagnol.

Pelo seu jornalismo investigativo que conta com as denúncias, a exemplo do caso *Snowden*, o *The Intercept* investe bastante em proteger a identidade das fontes. Essa característica é muito destacada nas páginas do *site*, pois é possível encontrar detalhadamente as diversas maneiras pelas quais o denunciante pode contatar o TIB, dentre eles a ferramenta *Securedrop*, o aplicativo *Signal*, *e-mail* e meios mais tradicionais como o correio.

O *SecureDrop* é um servidor que permite enviar mensagens ou materiais confidenciais para os repórteres sem revelar a identidade do denunciante, pois informações sobre remetente, destinatário e horários das mensagens não estão

²⁵ Em 2020, a Vaza Jato foi transformada em livro pela jornalista Letícia Duarte em colaboração com o *Intercept*. O livro é separado em duas partes, sendo a primeira composta por uma extensa reportagem da jornalista que entrevistou a equipe do *Intercept* e ouviu também outras fontes para contar os bastidores da série de reportagens. Na segunda parte do livro há uma seleção de matérias publicadas pelo *Intercept* durante a Vaza Jato.

disponíveis para terceiros. Já o *Signal* é um aplicativo de mensagens, semelhante ao *WhatsApp*, mas que garante mais segurança ao usuário.

A missão do site é publicar pautas mesmo que elas atinjam corporações, governos, políticos, empresários, bancos ou qualquer outro tipo de pessoas com poder. Para isso, se aprofunda em temas importantes para a sociedade com histórias que não são encontradas normalmente na agenda tradicional, guiados pelo senso de justiça e o faro investigativo para tratar de temas mais espinhosos.

Atualmente, o TIB possui 27 membros entre editores, *designers*, estagiários de jornalismo e vídeo, repórteres, gerentes, diretores, produtores e analistas.

5.1 CASES

Após a compreensão de todos os elementos que constituem o jornalismo e suas formas de construção narrativa com uso de base de dados, além das características da narrativa aprofundada na *internet*, nesta seção são apresentadas as três reportagens do *The Intercept* Brasil selecionadas como *corpus* de análise.

As três reportagens foram escolhidas devido à sua característica de jornalismo investigativo e em profundidade, ou seja, a complexidade e qualidade do seu conteúdo, bem como pela temática principal, além da presença de recursos multimídia (infográficos, vídeos, gráficos) e, principalmente, por conterem dados em sua construção. Esses dados servem tanto como impulsionadores da pauta quanto como auxiliares na construção da narrativa.

5.1.1 Tá Tudo Dominado

A primeira reportagem, publicada em 5 de abril de 2018, é a quinta parte de uma série de 12 reportagens sobre o controle das milícias e o assassinato de Marielle Franco e Anderson Gomes no Rio de Janeiro.

Escrita por Oliveira et al. (2018) e intitulada “Tá Tudo Dominado: as milícias assumiram o controle do Rio de Janeiro”²⁶, a reportagem contém um levantamento inédito feito pelo *The Intercept* Brasil, com base em informações do Disque Denúncia. A reportagem mostra que, das 6.475 ligações anônimas que o serviço recebeu em

²⁶ Disponível em: <https://theintercept.com/2018/04/05/milicia-controle-rio-de-janeiro/>

2016 e 2017, 65% delas denunciavam a ação de milicianos. Como não há dados sistematizados pelo governo sobre o avanço das milícias no Rio, o volume de denúncias – analisadas por palavras-chave – são um forte indicativo dos caminhos do crime organizado.

Ilustração 18 – capa da reportagem Tá Tudo Dominado



Fonte: site *The Intercept* Brasil (2018)

O estopim para a realização desta investigação foi a morte de Marielle Franco (vereadora que trabalhava na CPI das milícias que investigava esses grupos) e seu motorista Anderson Gomes. Paramilitares são os principais suspeitos de terem executado o crime²⁷. A reportagem investiga quem recebeu mais denúncias no Rio de Janeiro por meio do Disque Denúncia: as facções ou as milícias e, com isso, pretende inferir qual é a extensão do poder e controle das milícias naquela região. Para tanto, os repórteres elaboraram um amplo trabalho de contextualização do surgimento das milícias. A reportagem retoma o surgimento das milícias ao tempo em que o objetivo dessa organização alegava ser atuar como estratégia de combate ao tráfico. A

²⁷ Depois de um ano de investigações, em 2019, autoridades do Rio de Janeiro apontaram que o policial militar reformado Ronnie Lessa e o ex-PM Elcio Queiroz, que havia sido expulso da corporação, teriam cometido os assassinatos. Contudo, ainda não se sabe quem foi o mandante do crime.

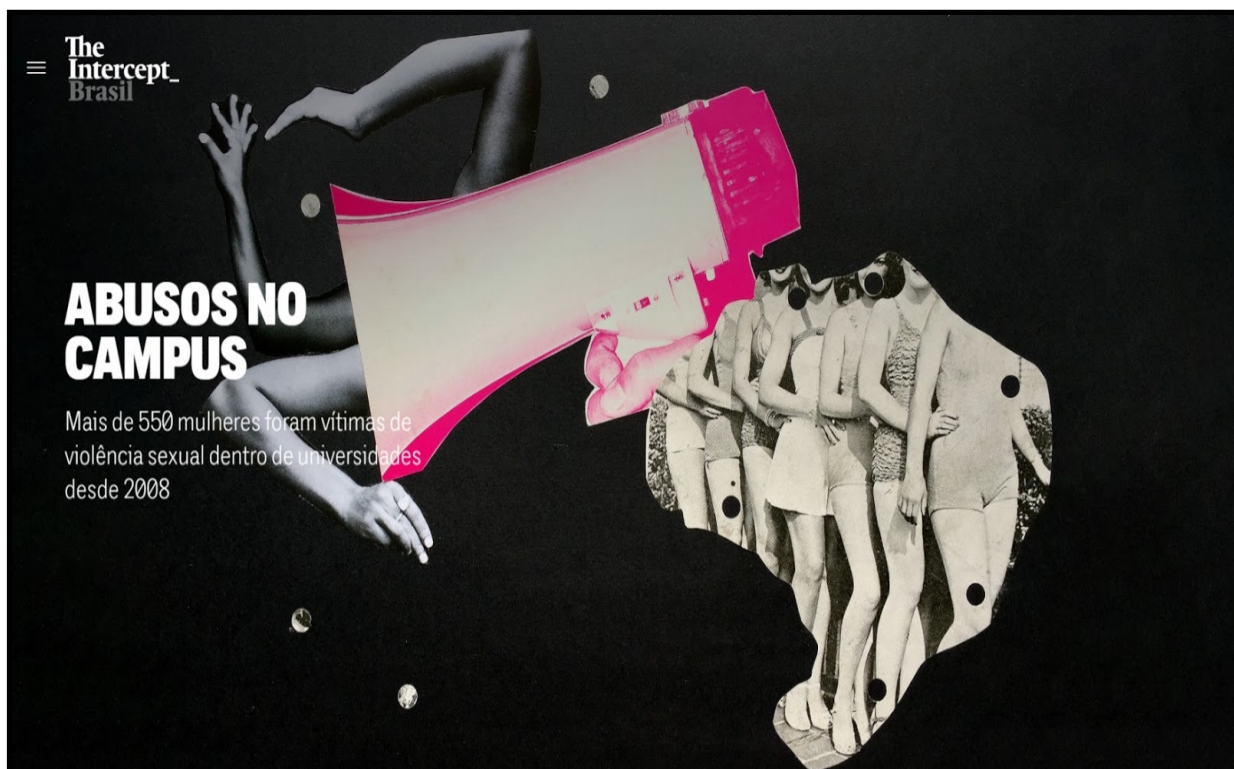
matéria revela as condições históricas que favoreceram a expansão das forças paramilitares, até o atual momento no qual, segundo a reportagem, as milícias conquistaram o poder nas favelas, chegando inclusive a dominar sobre o tráfico.

Nessa narrativa, foram utilizados dados coletados por meio de bases abertas de dados como o Disque Denúncia, o Instituto de Segurança Pública, relatórios do Gabinete Militar da prefeitura do Rio, bem como, a declaração de fontes envolvidas no problema apresentado. Ademais, a história é contada por meio de gráficos, infográficos e imagem, além da presença de *hiperlinks* no texto.

5.1.2 Abusos no *Campus*

A segunda reportagem escolhida como *corpus* desta pesquisa foi publicada em 10 de dezembro de 2019 por Sayuri e Sicuro (2019), nomeada “Abuso no Campus”²⁸. O conteúdo trata sobre a violência sofrida por mulheres nos *campus* universitários do Brasil. O levantamento feito pelo *Intercept* indica que, desde 2008, pelo menos 556 mulheres, entre estudantes, professoras e funcionárias, foram vítimas de algum tipo de violência em instituições de ensino superior. A análise partiu de 209 ocorrências relatadas às instituições.

²⁸ Disponível em:
<https://theintercept.com/2019/12/10/mais-de-550-mulheres-foram-vitimas-de-violencia-sexual-dentro-de-universidades/>

Ilustração 19 – capa da reportagem Abusos no *Campus*

Fonte: site *The Intercept Brasil* (2019)

Nessa narrativa, os dados são motivadores da pauta e elemento de apoio à história. Além dos dados coletados pelo site, a reportagem é complementada com dados de outras pesquisas como os dados da enquête do Instituto Avon/Data Popular e dados das universidades brasileiras. A partir da análise de denúncias feitas às instituições, a reportagem faz uma categorização dos tipos de violência identificados, dos locais onde frequentemente o crime é cometido e das características mais comuns no perfil dos agressores.

A narrativa é conduzida pelos depoimentos de vítimas, bem como do apoio de outras fontes e é construída com o emprego de ilustrações, *hiperlinks* e infográficos.

5.1.3 Arsenal Global

Já a terceira reportagem, “Arsenal Global”²⁹, publicada em 16 de dezembro de 2019, aborda também a violência do Rio de Janeiro, mas a partir de

²⁹ Disponível em: <https://theintercept.com/2019/12/16/rio-municoes-balas-eua-bosnia-russia-guerra-fria/>

uma visão diferente da primeira reportagem do *corpus*. Em 2018, durante 100 dias, Oliveira e Demori (2019) realizaram um trabalho jornalístico inédito: rodaram por 27 bairros da cidade do Rio de Janeiro nos momentos posteriores a trocas de tiros e coletaram do chão 137 cápsulas de munição para responder de onde vêm as balas que empilham corpos pela cidade nas operações sanguinolentas.

Ilustração 20 – capa da reportagem Arsenal Global



Fonte: site The Intercept Brasil (2019)

O resultado da investigação aprofundada dos repórteres é uma reportagem contextualizada com a presença de *hiperlinks*, infográficos, animações, vídeo e imagem. A matéria analisa cada um dos cartuchos encontrados e trás para o leitor informações sobre sua fabricação e local de origem. O resultado: foram encontrados cartuchos do mesmo lote de fabricação que matou Marielle Franco, munições fabricadas na China, nos EUA, na Rússia, ou ainda munições da Guerra Fria fabricadas quatro décadas atrás na Bélgica. Grande parte dessa munição é proibida no Brasil ou de uso restrito às forças policiais.

A produção solicitou informações aos órgãos competentes via Lei de Acesso à informação. Contudo, o apoio para construção da reportagem partiu do Instituto Sou

da Paz e do *Small Arms Survey*, que identificaram as cápsulas nacionais e estrangeiras, respectivamente, além de contar com a colaboração do *Balkan Investigative Reporting Network in Bosnia and Herzegovina*, uma rede de organizações não-governamentais que promovem a liberdade de expressão, os direitos humanos e os valores democráticos no Sul e na Europa Oriental.

O *Intercept* se dedicou a esta pauta durante quase 10 meses. Apesar de elucidar algumas dúvidas, a reportagem atua muito mais como propulsora de novos questionamentos às organizações responsáveis, pois se 42% de toda munição apreendida no Rio é de produção nacional, a quem interessa a não elucidação de crimes e tráfico/desvio/roubo de munição?

5.2 ANÁLISE DO JORNAL *THE INTERCEPT* BRASIL

Nesta etapa da pesquisa, passa-se a analisar de forma detalhada o *corpus* selecionado, ou seja, as três reportagens do site *The Intercept* Brasil. Como elencado na metodologia, este estudo será realizado por meio da análise de conteúdo, pois a partir dela podem-se extrair novos entendimentos.

No desenvolver do capítulo serão realizadas considerações que buscam relacionar os elementos mencionados no referencial teórico às reportagens em profundidade do TIB, publicadas entre 2018 e 2019.

Pretende-se neste capítulo, alcançar o objetivo geral da pesquisa de compreender de que forma o jornalismo de dados se insere no jornalismo contemporâneo e como ele pode contribuir a partir das suas características diferenciais. Projeta-se, portanto, o entendimento de como o jornalismo pode se fortalecer frente às inquietações trazidas pelas pós-verdade e *fake news* por meio da implantação do jornalismo em profundidade com uso de dados e recursos multimídia.

Para facilitar a organização e compreensão da análise, as reportagens serão estudadas levando em consideração quatro princípios: narrativa jornalística, presença ou ausência de recursos multimídia, presença, recorrência e qualidade dos dados utilizados, além de aspectos relacionados à credibilidade.

Os aspectos analisados quanto à narrativa fazem-se por meio de características como a ampliação espaço-temporal, construção dramática diegética, reforço da função testemunhal, singularização do fato, construção das cenas. Além disso, observa-se a aplicação ou não dos quatro níveis de contextualização

destacados por Conde (2018), sendo elas a base que responde o *lead*, a explicação, a contextualização com uso de recursos multimídia e, por fim, o nível de exploração que direciona para outros conteúdos.

Quanto aos recursos multimídia, pretende-se analisar os textos, imagens, gráficos, ilustrações, infográficos, animações, vídeo, música e efeitos sonoros, discurso oral, estudados nos capítulos anteriores.

Na parte referente aos dados, a análise atenta-se ao processo de construção, coleta, filtragem, organização, processamento, contextualização, humanização e na construção da história.

Por último, realiza-se uma observação quanto à credibilidade com base nas fontes utilizadas, atendo-se a buscar quesitos como exatidão, independência, justiça, confidencialidade, humanização, responsabilização, transparência, competência, integridade e imparcialidade.

5.2.1 Case 1: Tá Tudo Dominado

Em “Tá Tudo Dominado”, percebe-se o mergulho de fôlego dedicado aos fatos e ao seu contexto, já mencionado por Lima (2009), na medida que se trata da quinta reportagem de uma série de doze conteúdos sobre a morte de Marielle Franco e os envolvidos nesse fato, como ex-policiais, testemunhas e, principalmente, a milícia.

O jornalismo em profundidade se apresenta nesta reportagem logo no início. Em vez do tradicional modo de construção narrativa por meio da pirâmide, encontra-se a pirâmide invertida. Um *funk* que viralizou em 2012 é a frase inicial de uma reportagem que trata sobre o poder da milícia e, é por meio de um extenso trabalho de contextualização, que essa frase faz com que o leitor seja levado aos anos 2000. Naquela época, surgia no Rio de Janeiro grupos comandados por policiais, bombeiros, vigilantes, agentes penitenciários e militares, fora de serviço ou ainda na ativa.

Tais grupos, disfarçados sob o pretexto de tomar a função do Estado de proteger os cidadãos, passam a dominar diversas áreas de trabalho, como extorsão e exploração clandestina de serviços como gás, luz, televisão a cabo e as vans do transporte alternativo. Dessa forma, ao começar a história com a letra de uma música,

entende-se que a narrativa conquista o leitor e supre a tendência natural do ser humano de preferir histórias, referida Lobato (2016) na parte teórica deste trabalho.

No mesmo sentido, a reportagem aplica elementos de historicização e contextualização da narrativa. O conteúdo gira em torno do fortalecimento das milícias no Rio de Janeiro mas, em vez de atestar esse fato como dado simplesmente posto, os jornalistas mergulharam profundamente no surgimento desses autointitulados grupos de "autodefesa comunitária". Com isso, percebe-se um esforço no sentido de fazer com que o leitor seja capaz de construir sua própria opinião com base nos fatos apresentados.

Pode-se encontrar a preocupação com o social, visto que o poder das milícias afeta profundamente a vida dos moradores da favela. Outro elemento presente na construção da narrativa é a relação entre cada evento e suas consequências futuras. Os jornalistas contam que o vácuo deixado pelo poder público nas comunidades abriu espaço para a instalação de "justiceiros" que mais tarde se consolidaram em poder e influência como milicianos.

Os grupos milicianos surgiram com o objetivo de proteção das comunidades. Os "seguranças comunitários" proibiam o uso de drogas nas áreas dominadas. Contudo, de acordo com Olliveira et al. (2018), com o passar dos anos as milícias passam a assumir as mesmas características que as facções. Em 2015, os milicianos chegaram até mesmo a "vender" o território do Morro do Jordão para os traficantes do Comando Vermelho (CV) no valor de R\$ 3 milhões. Além disso, as matérias para as quais direcionam os *hiperlinks*, dão conta que as milícias atuam fortemente no tráfico de drogas e assassinatos encomendados.

Todos esses fatores acarretam em consequências para quem mora em regiões sob fogo inimigo cruzado de diversos lados. De um lado, as facções criminosas, de outro, as milícias e, além disso, são alvos de operações policiais duvidosas como a de Jacarezinho, ocorrida no dia 5 de maio de 2020, quando 29 pessoas foram mortas em ação policial.

Com o intuito de se conectar com o leitor, a narrativa apresenta personagens como Jorge Luiz Braga Antunes, o paramilitar conhecido como Azul, a vereadora Marielle Franco executada com o motorista Anderson Pedro no dia 14 de março de 2018. Além disso, outros personagens são mencionados, como por exemplo, a ex-vereadora Carminha Jerominho, filha e sobrinha dos milicianos Jerônimo Guimarães Filho, Natalino Guimarães e Paulo Henrique Dourado (morto dois dias

depois de Marielle). A reportagem também faz conexão com o fato de que no dia 21 de março daquele ano, o irmão do ex-vereador Ricardo Crespo de Araújo, o Castor, foi assassinado em São Gonçalo, também na região metropolitana do Rio de Janeiro. Conforme a reportagem, todos esses personagens estão interligados.

A reportagem de forma geral, também contextualiza a CPI das Milícias que investigava os crimes cometidos pelos milicianos e na qual Marielle trabalhava. A narrativa aborda também a descrição pormenorizada dos relatos feitos ao Disque Denúncia e, além disso, se desenvolve a partir da construção de cenários. Como já mencionado, a narrativa se desenvolve em um ritmo de contação de história, buscando a excelência na linguagem para captar o leitor por meio dos detalhes.

A presença das milícias no Rio de Janeiro está de tal forma consolidada que seus crimes e ações se tornaram “pauta comum”. Portanto, a utilização da escrita literária, a dispensa do modo tradicional de fazer jornalismo e a singularização do fato auxiliam a temática da reportagem a ser compreendida com a sua devida importância. Não se trata apenas mais uma notícia sobre a atuação da milícia, mas sim de um conteúdo que aborda temas trazem impactos reais para a vida das pessoas, como demonstra o assassinato de Marielle e as vidas impactadas pela atuação da milícia.

Por meio da construção da reportagem, os autores contemplam os quatro níveis destacados por Conde (2018) que vão desde informações essenciais até informações mais detalhadas. Dessa maneira, constroem uma narrativa aprofundada, contextualizada e humanizada. O nível um, ou a unidade base, que busca responder aos quatro elementos do lead (o quê, onde, quando e quem) não foram deixados de lado. Trata-se de uma investigação sobre o tamanho das milícias (quem) no jogo de tabuleiro do poder paralelo (o quê), da cidade do Rio de Janeiro, mais precisamente nas comunidades (onde), por meio de um levantamento realizado pelo próprio jornal com dados coletados das ligações feitas ao Disque Denúncia (como) entre 2016 e 2017 (quando).

Já o desenvolver da reportagem busca explicar detalhadamente o resultado desse levantamento e, a partir disso, inferir sobre como as milícias atuam e o que ganham com isso. Na reportagem, é possível entender que as milícias se instalam em pontos não dominados pelo tráfico, exploram e extorquem os moradores em serviços como gás e luz e aniquilam os concorrentes. Dito de outra forma, no nível dois, a reportagem explora diversos aspectos que explicam os itens de como e porque do lead. Em seguida, no nível três, os repórteres agregam informações para

contextualizar ainda mais a narrativa com elementos multimídia que serão analisados em seguida.

Por fim, o último elemento de uma narrativa em profundidade na *web* também pode ser encontrada neste conteúdo. Sendo a quinta parte de uma série de doze reportagens, a matéria desde o princípio direciona para o nível quatro, ou a exploração, pois guia o leitor para os outros capítulos, o que agrega ainda mais conteúdo. Mesmo assim, no texto também é possível localizar diversos *hiperlinks* que atestam as informações presentes na narrativa e possibilitam que o leitor faça seu próprio julgamento.

No total, quarenta *hiperlinks* foram utilizados na reportagem para auxiliar o leitor a compreender melhor o assunto. Desses, 34 remetem a outras notícias de meios como O Globo, Istoé, G1, R7, Estadão, Extra, Uol, o próprio TIB, Estado de Minas, O Dia, O Tempo, o São Gonçalo, Portal Imprensa e Jus Brasil. Os outros *hiperlinks* direcionam para o *Youtube*, o site do Disque Denúncia, o relatório final da comissão parlamentar de inquérito destinada a investigar a ação de milícias no âmbito do estado do Rio de Janeiro e o livro “No Sapatinho: a evolução das milícias no Rio de Janeiro (2008-2011)”.

A segunda parte da análise deste *case* aprofunda-se na visualização dos dados disponíveis nessa reportagem. É por meio desses recursos que dados e fenômenos complexos podem ser mais facilmente compreendidos. Em vez de tentar explicar em longos parágrafos, a utilização de um gráfico, imagem ou vídeo é capaz de ampliar a cognição dos leitores sobre as informações. Os recursos multimídia destacados por Salaverría (2014) localizados nesta reportagem são, em sua grande parte, gráficos e infográficos, *hiperlinks*, imagens e ilustração.

Como citado anteriormente, o cerne da reportagem gira em torno dos dados adquiridos pelo Disque Denúncia e da história do surgimento e fortalecimento das milícias. Portanto, o esqueleto central da narrativa se encontra no texto. É a partir dela que os outros elementos podem ser agregados. O texto da reportagem “Tá Tudo Dominado” é essencial para a compreensão dos outros materiais multimídia.

Como elemento de contextualização e ligação com as outras quatro partes da série, os jornalistas retomam o porquê de os milicianos serem foco daquela matéria e, a partir disso, explanam sobre seu poder. Pode-se compreender a importância da pauta ao ler dados que demonstram como os milicianos estão sufocando os

traficantes na capital do Rio de Janeiro: Campo Grande, Santa Cruz, Jacarepaguá, Sepetiba, Guaratiba, Taquara, Cascadura, Praça Seca, Paciência e Bangu.

A imagem não é tão explorada na reportagem, sendo utilizada apenas uma vez, embora se destaque pela sua forma de aplicação. A matéria traz apenas uma foto da vereadora Marielle Franco em um cartaz. Possivelmente, a fotografia foi tirada na vigília em protesto contra o assassinato da vereadora. Em março de 2018, mais de 50 mil manifestantes ocuparam as ruas do Centro do Rio de Janeiro em protesto. Esse fato, inclusive, é abordado na segunda reportagem da série.

A imagem se encontra quase no final da narrativa. Contudo, ela se destaca em relação aos demais elementos por diversos motivos. Observa-se que ela é trabalhada para que seu formato possa contribuir com a narrativa. A foto é maior do que os gráficos e ilustrações, exceto quando comparada à ilustração da capa. Considerando que os gráficos e infográficos ficam dentro da mesma linha que o texto ocupa, a foto de Marielle extrapola esses limites e preenche toda a tela.

Além disso, é uma foto com um propósito bem específico. Esse objetivo é lembrar que as investigações sobre a execução de Marielle estavam paradas há três semanas. Percebe-se, então, que, apesar de simples, a foto chama a atenção do leitor, visto que a reportagem é bastante carregada de tons pretos e escuros, enquanto a foto se destaca pelos tons claros.

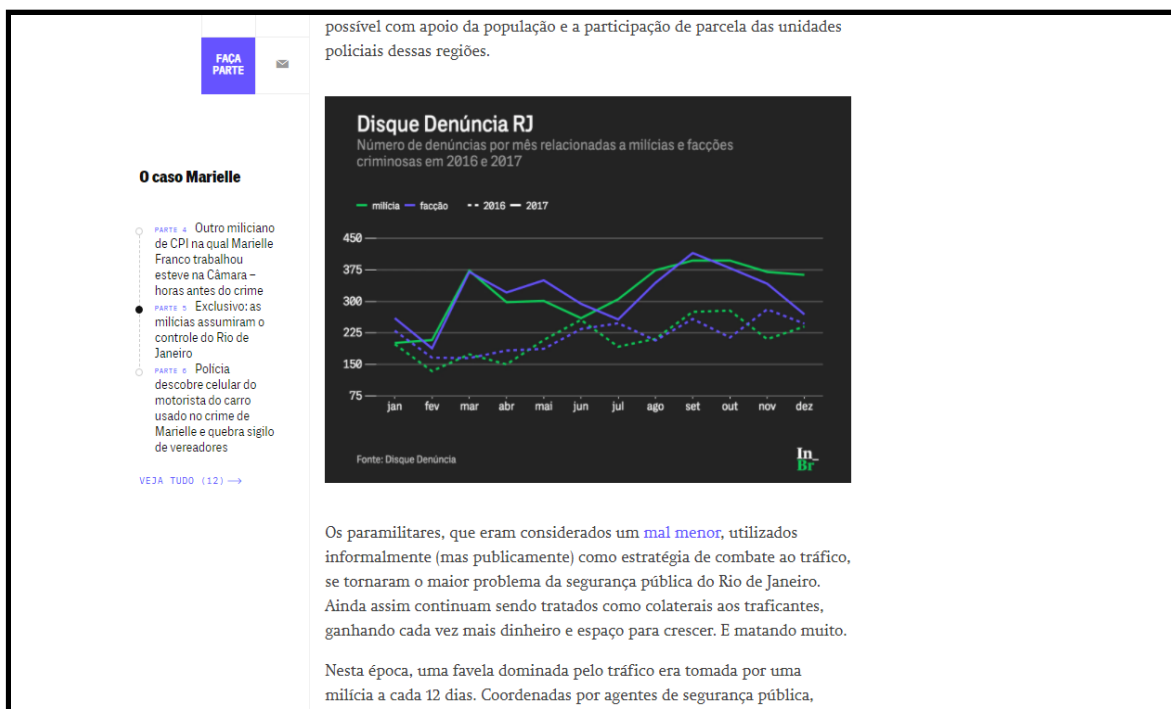
Esses tons escuros trabalhados na reportagem podem ser encontrados também na capa da narrativa, que se encaixa como uma ilustração. Trata-se de uma fotografia aérea do Rio de Janeiro. No centro da imagem há o desenho de um alvo que remete ao visor de uma mira telescópica encontrada em armas de grosso calibre. A parte da cidade dentro da mira está em tons cinza claro, enquanto o resto da cidade está em tons de cinza escuro, dando destaque ao centro da ilustração como já referido na ilustração 18³⁰.

Em seguida, os próximos elementos tratam-se dos gráficos e infográficos. Na reportagem, é possível localizar sete gráficos que explicam diversos assuntos. No geral, eles possuem fundo preto e destacam as informações com cores como azul e verde (ilustração 21). Os gráficos explicam temas como: extensão de território das milícias em comparação ao tráfico; denúncias classificadas por bairro; tipos de denúncias mais recorrentes e como elas convergem entre esses dois grupos. Além

³⁰ Ilustração disponível na página 100

disso, os gráficos mostram em quais áreas e meses as denúncias ocorrem, bem como as cidades mais afetadas.

Ilustração 21 - Exemplo de gráfico case 1



Fonte: site The Intercept Brasil (2018)

Com o uso dos gráficos e infográficos, nota-se que o propósito dos jornalistas é tornar o mais compreensível possível as diversas informações apresentadas. Por se tratarem de dados complexos, se estivessem dispostos em formato textual não seriam capazes, entende-se, de representar a magnitude do problema.

Por falar em dados, essa reportagem é construída a partir dos dados e contada com auxílio dos dados. Ela surge com o questionamento de quantas denúncias recebidas citavam a milícia em comparação a quantas citavam o tráfico. Além disso, em sua construção agrega dados do Instituto de Segurança Pública, relatórios do Gabinete Militar da prefeitura do Rio e do relatório “No Sapatinho”.

A forma de exposição dos dados é diversa e pode ser encontrada tanto no texto, quanto nos gráficos e infográficos. Segundo com Olliveira e Demori (2019, não paginado), a taxa de letalidade violenta, no Rio de Janeiro, aumenta a cada ano, “saltou de 24.1 para cada 100 mil habitantes em 2015 para 32.5 apenas dois anos depois, segundo o Instituto de Segurança Pública. Na Baixada, em 2015, a taxa era de 45.4 para cada 100 mil habitantes. Em 2017, atingiu 60.6”.

Como demonstrado nesse trecho, os dados são colocados no texto de diversas formas, como, por exemplo, na quantidade de denúncias, bairros, estilos de crimes, estatísticas sobre a atuação das milícias, como também em quantos dias os milicianos dominam uma favela, dentre outros.

Nota-se que, juntamente com os recursos multimídia, os dados permitem maior eficiência na recuperação das informações, na apuração das reportagens e na geração de visualizações dos dados.

Foram localizadas 16 ocorrências de utilização de dados para complementar a reportagem. Esses dados auxiliam na construção da narrativa em todo o processo. Percebe-se um esforço dos jornalistas em todas as etapas: do processo de construção à coleta, à filtragem, à organização, ao processamento, à contextualização, à humanização e à construção da história.

Como já mencionado diversas vezes, a reportagem tem como mote as denúncias feita ao Disque Denúncia e, nessa parte, encontra-se a parte mais árdua, infere-se, do trabalho de coleta de dados. O levantamento foi realizado a partir da análise de 6.475 ligações anônimas que o serviço recebeu em 2016 e 2017. A partir dessa grande quantidade de ligações, foi realizado pela equipe uma filtragem utilizando palavras-chave relacionadas às milícias.

A partir de então, os jornalistas passaram a organizar os dados de acordo com diversos rumos que são apresentados na narrativa, como, por exemplo, se houve mais ocorrências relacionadas à milícia ou ao tráfico, em quais cidades essas denúncias ocorriam e que tipo de crime continham. Feito isso, esses dados foram organizados, principalmente em gráficos, contemplando as etapas de contextualização e construção da história.

Já na parte da humanização, é possível localizar essa etapa na reportagem quando os dados são ligados à história de pessoas envolvidas na narrativa, como cidadãos, milicianos, Marielle, políticos, a comunidade do Rio de Janeiro, entre outros. Dessa forma, a reportagem traz aquilo que Ijuim (2006) descreve como a busca pela compreensão da ação dos sujeitos envolvidos no conteúdo jornalístico. A partir da percepção dos jornalistas sobre o mundo apresentado nessa narrativa, eles se tornam capazes de transmitir essas percepções de forma humanizada aos leitores.

Os outros dados presentes na reportagem também atuam como referência de informações confiáveis, mas, entende-se, demandaram um esforço menor em relação às etapas de coleta e filtragem. Grande parte dos dados utilizados na reportagem

provém do Disque Denúncia, mas os outros dados atuam principalmente como elementos de contextualização e aprofundamento do fato apresentado.

Como é o caso dos dados da Subsecretaria de Inteligência da Secretaria de Segurança. Nessa parte, as informações trazidas agregam sentido quanto à extensão dos territórios dominados pela milícia. Segundo Olliveira et al. (2018), em 2018, havia milícias em ao menos 37 bairros e 165 favelas da região metropolitana do Rio de Janeiro. Cerca de dois milhões de pessoas vivem em áreas dominadas por milícias na região metropolitana do Rio, o equivalente a um sexto da população total da área. Os dados atuam como fonte de compreensão do passado, do presente e das consequências futuras.

Nesse caso, o processo de coleta e filtragem envolve uma quantidade menor de dados e de variáveis a serem consideradas, embora não deixe de agregar valor, visto que exige o processamento, organização e contextualização desses dados, além é claro, da construção da história.

Além de fontes do governo, a reportagem também acrescenta dados do Fogo Cruzado, um laboratório de dados que agrega e disponibiliza dados e informações através de um aplicativo combinado a um banco de dados. Trata-se de uma plataforma digital colaborativa que tem o objetivo de registrar a incidência de tiroteios e a prevalência de violência armada. Dessa forma, demonstra-se a intenção dos jornalistas de atuar como um meio sem interesse particulares e de agregar qualidade.

A reportagem utiliza fontes de dados que podem ser classificadas como confiáveis, como é o caso do Disque Denúncia e os dados fornecidos pela Secretaria de Segurança Pública do Rio de Janeiro. Além disso, os jornalistas também empenharam esforços em coletar dados a partir do seu esforço, garantindo assim, a isenção necessária para a narrativa, como é o caso dos dados do Fogo Cruzado, os dados que surgiram a partir da análise das denúncias e as informações trazidas pela vivência das fontes.

Essas características também evidenciam o caráter investigativo da reportagem, pois é preciso contar histórias que muitos já sabem, mas a partir de olhares diferentes que proporcionam mais conhecimento e muitas vezes fazem surgir fatos desconhecidos ou que não haviam sido correlacionados antes.

Por fim, o último objeto de análise é em relação às fontes, ou seja a credibilidade agregada por meio dessas. Devido à sua característica central do jornal investigativo, os repórteres do TIB utilizaram como fonte apenas pessoas envolvidas

no fato e sem interesses ocultos. Pode-se perceber a atenção a esse fator, pois os relatos apresentados são de moradores, o que também demonstra preocupação com a questão social e seus problemas. Além disso, foram ouvidas a escritora Thais Duarte, autora do livro “No Sapatinho”, e agentes de segurança aposentados das Unidades de Polícia Pacificadora.

Os autores estudados no referencial teórico como Lisboa (2012) destacam que o leitor avalia as intenções das fontes utilizadas pelo escritor para determinar sua credibilidade. Nesse caso, percebe-se que as fontes foram escolhidas justamente para contribuir com seu relato vivencial e não como fator determinante, capaz de influenciar na opinião do leitor em favor de algum lado específico. Nota-se que foram selecionados pela sua autoridade por estarem em seu lugar de fala, aptos a contribuir naquele tema.

Outros fatores determinantes para a aquisição da credibilidade são a exatidão, a justiça e a humanidade. Esses elementos podem ser encontrados na precisão agregada pelos dados, na escolha da temática que busca justiça aos mortos pela milícia como Marielle Franco e seu motorista, bem como aos moradores das favelas dominadas. Por fim, a humanidade pode ser observada no cuidado empregado na construção da narrativa.

Repara-se que os jornalistas buscaram de diversas formas traduzir a situação e contribuir para que o leitor possa compreender o tempo que vive, as causas e origens dos fenômenos e suas consequências. Com isso, projeta-se que o leitor se torna capaz de realizar uma leitura assertiva da sua realidade.

A reportagem inicia com a chamada sobre o levantamento pelo TIB; detalha o papel dos milicianos na morte de Marielle; contextualiza seu surgimento; explica com relatos do Disque Denúncia o alcance desse grupo. O conteúdo jornalístico relaciona-se com outros fatores como o apoio de policiais e políticos. Além disso, compara com a ação de forças como as Unidades de Polícia Pacificadora e sua ineficiência; destaca a tentativa de investigação dos grupos paramilitares por meio da CPI; finaliza com os resultados e consequências de todos esses fatos. A reportagem apresenta várias características mencionadas por Conde (2018) como distintas do jornalismo on-line como a atualização, personalização e multimidialidade.

Cabe destacar que a execução de Marielle causou revolta na população, mas também foi alvo de muita especulação. Poucas horas após sua morte, informações

falsas sobre o motivo da sua morte, sobre seu caráter e seu passado se haviam se tornado virais.

Os boatos acusavam Marielle de ser apoiada pelo Comando Vermelho, uma das maiores organizações criminosas do Brasil, ter sido vítima de uma queima de arquivo do tráfico, entre outros rumores. Em uma foto que viralizou, uma mulher aparecia sentada no colo de um homem, as *fake news* afirmavam que a mulher era a ex-vereadora executada e o homem era Marcinho VP, traficante morto em 2003.

Uma reportagem investigativa realizada pelo jornal O Globo em conjunto com o Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo rastreou a origem das notícias falsas. De acordo com Cariello e Grillo (2018), a fonte de desinformação iniciou com o envolvimento do grupo político Movimento Brasil Livre (MBL) e do site Ceticismo Político. Ainda segundo a investigação, em menos de 24 horas depois do assassinato de Marielle, textos, áudios e imagens com conteúdo inverídico começaram a circular pelo *WhatsApp*.

Cariello e Grillo (2018) apontam que, em apenas dois dias depois do ocorrido, o ex-deputado federal Alberto Fraga (DEM-DF) e a desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ) Marília Castro Neves declararam que Marielle Franco havia sido eleita pelo Comando Vermelho e foi executada por descumprir compromissos assumidos com o tráfico. Em março de 2021, a desembargadora foi absolvida do crime de calúnia pelo Supremo Tribunal Federal (STF).

Dias após a execução de Marielle e Anderson, a disseminação de informações falsas estava fora do controle. Por causa disso, o Partido Socialismo e Liberdade, em parceria com o escritório de advocacia EJS Advogadas, decidiu receber denúncias da população para identificar e denunciar quem disseminasse desinformação. Foram recebidos mais de 18 mil *e-mails*.

A morte de Marielle e seu motorista despertou o interesse público e se tornou um assunto com os requisitos certos para produzir desinformação. Conforme destaca Zarzalejos (2017), citado o referencial teórico, esse assunto possui as três características de um ambiente propício para a divulgação de notícias que não são verificadas. Sendo elas a polarização política, a descentralização da informação e o ceticismo.

Marielle era integrante de um partido da esquerda do centro político e sempre atuou em causas sociais. Com isso, sua morte causou agitação política e contribuiu

ainda mais a polarização política entre simpatizantes de partidos de esquerda e direita.

A descentralização pode ser verificada pelo fato de que a execução repentina de Marielle Franco trouxe muitas perguntas como o motivo do crime, quem foram os assassinos e como ocorreu a execução. Por outro lado, o jornalismo necessita de certo tempo para apurar. Por isso, a população, carente de mais detalhes, passou a buscar informações nas redes sociais. Entretanto, como afirma Fligueiras (2018), sem a devida apuração, as histórias chegam fora do contexto e são como gasolina quando despejada em chamas. Como verifica-se nesse caso, as *fake news* se aproveitam do sensacionalismo e da polarização criada pela política.

Dessa forma, ao apurar o fato e trazer a contextualização, o TIB cria valor ao não noticiar da mesma forma que o jornalismo tradicional, buscando dar o furo jornalístico antes de todos. A reportagem do *Intercept*, publicada quase um mês depois, não descumpra seu papel de vigilante destacado por Perdomo (2015) e entrega à audiência uma informação de interesse público em vez de curiosidade e sensacionalismo.

Com isso, o jornal reforça seu objetivo de se diferenciar na era da pós-verdade, por meio de informações contextualizadas e que também contribuem com a sociedade ao investigar informações falsas espalhadas pelas redes sociais.

5.2.2 Case 2: Abusos no Campus

Nessa reportagem o foco central são as denúncias feitas por mulheres que de alguma forma sofreram violência dentro de ambientes de ensino. O tema desta investigação atua como ferramenta para contar histórias que impactam no dia a dia, como destacado por Pilhofer (2014) em sua definição da função do jornalismo de dados.

A narrativa da reportagem *Abusos no Campus* é complexa, pois trata-se de um tema sensível de ser comunicado. A temática violência contra a mulher, seja ela física ou psicológica, necessita ser bem construída para expressar de forma eficiente a mensagem e fazer com que o leitor realmente absorva essa informação.

Da mesma forma que na reportagem anterior, o texto inicia aplicando os conceitos propostos por Lobato (2016), como a ampliação espaço-temporal, construção dramática, reforço da função, singularização do fato e construção das

cenar. A narrativa tem início com a história de uma jovem de 22 anos, assediada sexualmente por um estudante de Direito na Universidade de Vila Velha, no Espírito Santo. Deve-se atentar para os detalhes pormenorizados como o fato de ser uma quinta-feira, no *campus*, dentro do banheiro feminino, às 8h24 da manhã do dia 19 de setembro de 2019.

A reportagem segue nesse tom mesclado de contextualização do fato e historicização. Em seguida, faz uma relação entre eventos, ao destacar que histórias como essa são muito frequentes e mais comuns do que deveriam ser. Essa relação entre fatos é realizada, por exemplo, ao conectar casos como da aluna dopada e estuprada no Piauí, uma estudante abusada em Porto Velho, alunas chantageadas sexualmente no Maranhão, uma estudante sendo filmada secretamente em Salvador e outras sendo assediadas física e psicologicamente em Santa Catarina.

Com isso, chega-se ao segundo elemento da narrativa, a construção dramática/diegética. A temática segue um processo de construção semelhante ao desenrolar de um romance. A narrativa movimenta personagens e cenários e procura se conectar com o leitor.

Como já mencionado anteriormente, trata-se de um tema sensível, portanto deve ser abordado de forma humanizada e responsável. Nessa reportagem, observa-se o esforço jornalístico de aplicar a devida importância à função testemunhal que o assunto merece. Nada mais justo do que a mulher ser a voz dessa narrativa, afinal, entende-se que apenas elas são capazes de transmitir de fato o que é ser violentada.

É possível localizar em diversas partes o relato de quem vivenciou esse trauma. Como é o caso da aluna da Universidade do Estado de Santa Catarina, que em 2018 relatou sofrer terror psicológico, ser violentada sexualmente pelo professor e ter medo toda vez que pisa na universidade. Além dela, outro exemplo é o relato da antropóloga Rosana Pinheiro-Machado que foi convidada pelo professor para jantar e, após ter negado, teve sua vida acadêmica ameaçada.

Nessa reportagem é possível perceber aquilo que Lima (2009) define como características centrais de uma grande reportagem: os aspectos testemunhais, ficcionais, afetivos e antropológicos (que analisam o ser humano em seu aspecto mais amplo), além do texto literário e da busca pela interpretação.

Outro elemento da narrativa em profundidade são as construções de cenas. Ou seja, aplicação de narrativas compostas com diversas vozes, pela construção de cenas e usos poéticos da linguagem.

Além das características mencionadas, a narrativa contextualizada e trabalhada no sentido qualitativo e quantitativo também pode ser percebida pelos níveis de aprofundamento do conteúdo, destacados por Conde (2018).

A narrativa está dividida em tópicos, sendo eles o “*Boom*” que aborda a violência contra a mulher nas universidades como uma realidade, entretanto destaca que há poucas informações estruturadas sobre as ocorrências no Brasil.

O segundo tópico apresenta o capítulo “Iniciativas”, ao trazer dados de que sob pressão, universidades estão se movendo para ouvir e amparar vítimas. Já o último entretítulo, apresenta o tópico “Vozes”. Nele, aborda-se o medo sentido pelas estudantes, o que as impede de denunciar. Subordinadas a professores abusadores, as estudantes preferem não tornar públicas histórias de assédio por temerem retaliações.

Da mesma forma que a reportagem analisada anteriormente, essa também não inicia da forma tradicional, ou seja, não busca responder às perguntas do *lead* logo no primeiro parágrafo. Entretanto, o nível um, que responde às quatro perguntas do *lead* jornalístico, pode ser localizado mais à frente.

Dessa forma, tem-se que um levantamento inédito feito pelo *Intercept* (o que) indica que, desde 2008 (quando), pelo menos 556 mulheres, entre estudantes, professoras e funcionárias (quem), foram vítimas de algum tipo de violência em instituições de ensino superior (onde).

Já quanto ao nível dois, o nível de explicação das perguntas “como” e “por que”, é possível identificar nas seguintes partes da reportagem. Visto que, para essa reportagem, foram contabilizados apenas casos reportados na imprensa e/ou por movimentos estudantis (como). Por outro lado, descobrir o porquê se torna mais complexo. Acredita-se que o objetivo principal da reportagem é relatar que a violência contra a mulher é uma violência histórica que também cria garras em ambientes onde deveria existir apenas a educação e o uso da razão e do conhecimento.

Portanto, é possível inferir que o porquê trata de resolver um problema já denunciado na narrativa. Ou seja, trata-se de contribuir para a resolução do fato de que violência contra a mulher nas universidades é uma realidade, mas há poucas informações estruturadas sobre as ocorrências no país.

No nível da contextualização, no nível três, é possível localizar que os jornalistas agregam informações principalmente por meio de gráficos, contudo há também a presença de ilustrações. Dessa maneira, aplica-se o que Fidelis (2018) define como um esforço para tornar a reportagem em profundidade mais atraente por meio do uso de recursos multimídia.

O nível da exploração, ou o nível quatro, também está presente nesta reportagem em profundidade. É possível localizar 31 *hiperlinks* diretos na construção da reportagem. Contudo, de forma indireta, a reportagem também direciona para outros conteúdos relacionados. Esses conteúdos ficam localizados principalmente no final da página e trata-se de reportagens investigativas sobre estupros em serviços de saúde, entrevista sobre aborto, entrevista sobre o termo feminismo, perigos do aborto clandestino, registros de estupro em táxis, e aplicativos de transporte particulares como *Uber* e 99, além de denúncias de mutilação genital no parto.

Quanto aos *hiperlinks* localizados dentro da construção narrativa, a maioria, cerca de 25 *links*, direcionam para matérias jornalísticas de veículos como A Gazeta, G1 de Piauí, Bahia, Rio de Janeiro, além de +RO, UOL Notícias, Metrópoles, Revista *Trip*, o próprio *The Intercept* Brasil, Revista Piauí, Paraná Portal, Revista Galileu, Jornal da USP, STJ e Carta Capital.

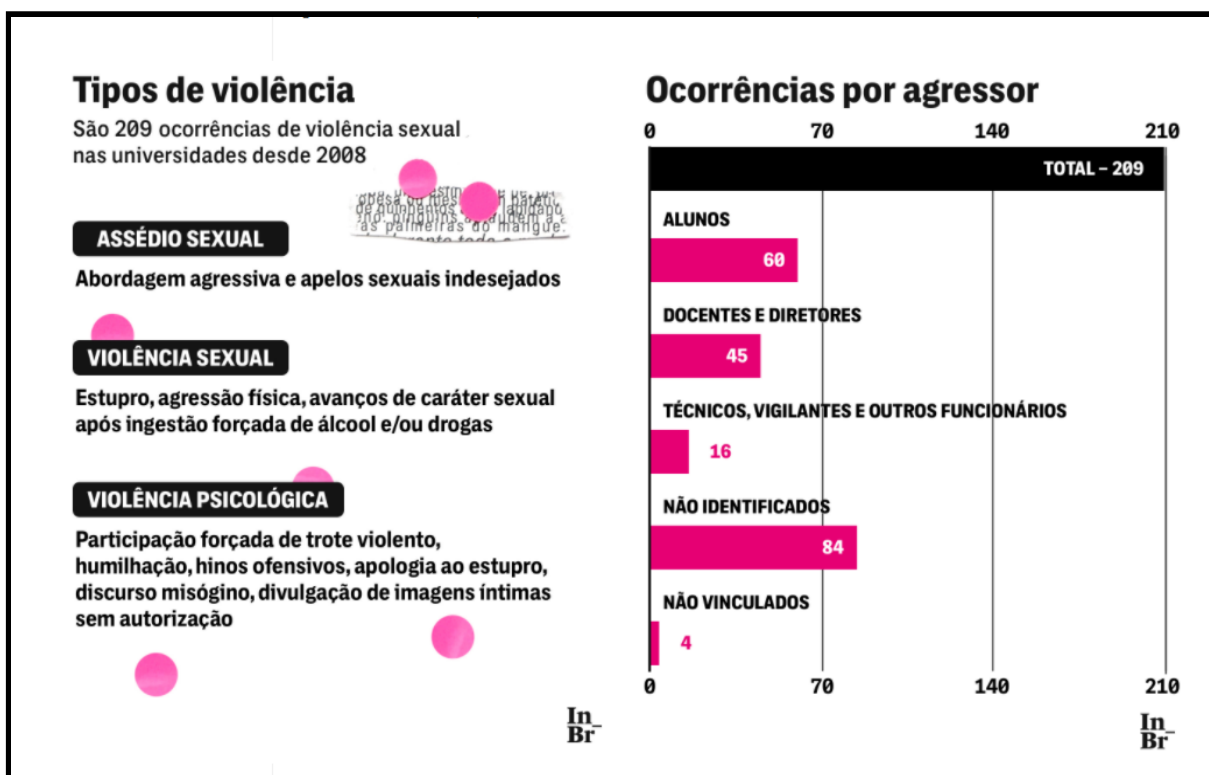
Os *links* restantes direcionam para páginas relacionadas às pesquisas que contribuem para a contextualização da reportagem como a Pesquisa Interações na USP, o relatório da Avon, conteúdo do site *Think Olga*, resultados da iniciativa *#PasoemLau*, uma investigação transnacional que busca conhecer a situação de assédio sexual nas universidades latino-americanas, além da iniciativa USP Mulheres.

Cabe salientar, assim como foi feito na reportagem, que a veiculação da temática violência contra a mulher em alguns veículos de comunicação muitas vezes parece obedecer a um roteiro pré-determinado. Não é incomum localizar inúmeras matérias do seguinte estilo, “homem abusa/violenta/estupra mulher em lugar x”. Portanto, ao tratar de narrativas como essa, o jornalismo contribui para o desenvolvimento da sociedade por meio de conteúdos objetivos e verificados.

Além do uso de *hiperlinks*, dentre os recursos multimídia aplicados na matéria destacam-se os gráficos. Essa reportagem conta com o uso de 5 gráficos e um infográfico que proporcionam novas experiências.

Os gráficos são separados por categoria buscando organizar visualmente as informações e explicar os acontecimentos de forma clara. Esse recurso multimídia está organizado por a) tipos de violência (assédio sexual, violência sexual e psicológica); b) ocorrência por agressor (sendo eles: alunos, docentes e diretores, técnicos, vigilantes e outros funcionários, não identificados e não vinculados à instituição de ensino); c) ocorrência por local (no *campus* e arredores, festas e repúblicas estudantis, *internet*, jogos universitários e viagens e outros); d) ocorrência por tipo (assédio sexual, violência sexual, estupro, tentativa de estupro, agressão física e violência psicológica, apologia ao estupro, discurso misógino, trote violento e divulgação de imagens íntimas); e) denúncia por ano considerando desde 2008 até setembro de 2019; além de f) universidades com denúncia por região geográfica (ilustração 22).

Ilustração 22 – Exemplo de gráfico case 2



Fonte: *The Intercept* Brasil (2019)

Destaca-se que alguns gráficos foram criados em conjunto com a ilustradora Ana Persona e mesclam características de gráfico e ilustração. As cores utilizadas nos gráficos remetem à ideia de cores femininas com tons rosados, bem como tons escuros. Dos 5 gráficos, três utilizam o sistema de colunas ou barras horizontais, um

deles utiliza o gráfico de área, já o outro aplica o sistema de linha do tempo na vertical. Por sua vez, o infográfico é elaborado em parceria com a ilustradora e detalha mais profundamente as características que definem cada tipo de violência.

Por fim, o último elemento multimídia presente nesta análise são as ilustrações. Em princípio elas não foram inseridas com o objetivo de transmitir informações diretamente. Entretanto, elas retratam sentimentos e sensações. Nessa etapa, não será considerada a ilustração no infográfico, pois ela foi analisada como um infográfico. Logo, percebe-se o uso de apenas duas cores nas ilustrações: o rosa e o preto. Imagina-se que o objetivo seja representar a violência no tom preto e a mulher na cor rosa.

As ilustrações podem ser construídas por diferentes formatos, como por exemplo, a gravura, o desenho, a pintura, a ilustração digital e a colagem. Neste caso, todas as ilustrações dessa narrativa são compostas por colagens digitais, ou seja, se tratam de fragmentos de uma imagem que, quando interpostos, constroem uma nova imagem.

A primeira ilustração, que também é a capa da reportagem, apresenta o mapa do Brasil preenchido com a foto antiga de mulheres enfileiradas e de biquíni, tudo em tons de preto e branco. Acima do mapa, mas sem separar um do outro, há um megafone rosa do qual estão saindo partes de braços de mulheres. A ilustração transmite o sentimento de que apesar do histórico de violência contra a mulher por todo o país, agora, começam a surgir vozes e denúncias de várias mulheres.

A segunda ilustração retrata três situações (ilustração 23). No canto esquerdo está presente o desenho de um corpo, apenas a cabeça e os pés são compostos por foto, mas a parte do abdômen está vazia. No meio da ilustração, encontra-se um emaranhado de partes de fotos, ali identificam-se pés, rostos com diversas expressões e mãos. Ambas as partes, esquerda e centro, estão em cores pretas. Por último, no canto direito encontra-se a parte do tronco de uma mulher bem maior que os outros dois e em tom rosa, representa ser um tronco substituto daquele faltante no corpo à esquerda.

Ilustração 23 – Exemplo de ilustração case 2



Fonte: *The Intercept* Brasil (2019)

A primeira e segunda ilustrações estão localizadas, respectivamente, nos tópicos “*Boom*” e “*Iniciativas*”, mostram a realidade das mulheres e são predominantemente escuras com apenas alguns detalhes em rosa. Por outro lado, a última ilustração é quase completamente preenchida por cores rosadas. Acredita-se que essa escolha se deve ao fato de que essa ilustração dá início ao tópico “*Vozes*” que apresenta como essa realidade de abuso machista nas instituições de ensino lentamente engatinha para mudanças.

As ilustrações, como define Lorenzi (2019), podem representar o humor, a crítica ou até mesmo informações científicas. Nesse caso, acredita-se que as três ilustrações representam uma crítica ao país e à forma que as autoridades e pessoas responsáveis lidam com a violência contra a mulher.

Assim como na análise anterior, esta reportagem em profundidade encontra nos dados tanto a fonte para a história quanto a ferramenta usada para transmitir a narrativa de várias formas ao leitor. Trata-se de um processo no qual os dados são

transformados em um conteúdo com significado. Dessa forma, uma história complexa é transformada em uma narrativa fácil de compreender, retomando o que Lorenz (2010) destaca no referencial.

A terceira etapa dessa análise consiste na observação dos dados utilizados na construção da reportagem. Destaca-se o levantamento realizado pelo *Intercept* Brasil, o estudo “Interações na USP”, feito pelo Escritório USP Mulheres entre 2017 e 2018, a enquete on-line de 2015 do Instituto Avon/Data Popular, dados da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre Violações dos Direitos Humanos nas Faculdades Paulistas, conhecida como a CPI dos Trotes, além da investigação intitulada *#PasóEnLaU*, liderada pelo site mexicano Distintas Latitudes e realizada por jornalistas de 16 países sobre o ambiente nas universidades latino-americanas.

Os dados do levantamento realizado pelo TIB demonstram ser os que apresentam um trabalho mais complexo na construção narrativa em profundidade. A coleta ocorre no processo de localizar denúncias realizadas desde 2008 e por um período longo de 11 anos. Imagina-se que o processo de filtragem tenha exigido uma quantidade considerável de esforço visto que os dados armazenados em mais de dez anos devem ser muitos.

Quanto ao processo de organização, como mencionado anteriormente, a reportagem trabalhou de maneira notável para representar cada aspecto da violência em gráficos separados. Acredita-se que o objetivo seja facilitar a compreensão do leitor.

Quanto ao processo de contextualização, os parágrafos abordam o assunto de forma geral e direcionam o leitor para visualizar os gráficos para maior entendimento. Destaca-se que esse recurso facilita a absorção dos dados e não transforma a narrativa em blocos de textos enormes e sem graça.

No decorrer da narrativa é possível identificar os aspectos de humanização e construção da história. Esses aspectos encontram-se na apresentação do contexto histórico/cultural, bem como na presença de personagens que dão sentido aos dados apresentados.

Os outros dados utilizados na reportagem demonstram um esforço nos quesitos filtragem como é o caso da investigação *#PasóEnLaU*. A investigação indica que das 100 universidades latino-americanas listadas, 60 não possuem protocolo para prevenir casos de assédio e violência sexual, proteger vítimas ou punir

agressores. Nesse caso, a filtragem consiste em identificar as seis universidades brasileiras citadas no estudo e localizar quais possuem diretrizes ou não.

Quanto à organização, esse é um aspecto que pode ser encontrado em toda a matéria, pois os jornalistas têm acesso aos dados brutos e para que seja possível construir uma boa narrativa, é necessário organizar tais dados de forma coerente e organizada. A história apresenta dados de forma numérica e percentual.

Por último, quanto aos aspectos de contextualização e humanização da história, observa-se que os dados são relevantes para a construção da narrativa, porém os jornalistas demonstram não ter se prendido apenas a eles. A reportagem é costurada com doses intercaladas de linguagem literária e dados.

Cabe também ressaltar que essa reportagem implementa de forma efetiva a funcionalidade destacada por Barbosa (2007) de que com a base de dados organizada é possível produzir conteúdo para dispositivos móveis. No computador, os gráficos são apresentados de lado a lado, de dois em dois. Por outro lado, na visualização pelo celular, os gráficos se organizam um abaixo do outro de forma responsiva.

No quesito fontes, a reportagem segue as quatro leis da credibilidade mencionadas por Lisboa (2012). Se as fontes utilizadas pela reportagem forem consideradas confiáveis, o leitor determina por associação que o veículo é confiável também. Entre as fontes que podem ser mencionadas como confiáveis estão os dados, apurados pelo próprio jornal, das denúncias realizadas pelas vítimas às instituições de ensino desde 2008.

Além disso, os jornalistas empregaram a técnica de sempre ouvir todos os lados e garantir a igualdade de espaço entre as pessoas e organizações envolvidas. Esse fator pode ser verificado quando a reportagem menciona os casos de violência e especifica em qual universidade ocorreu. Portanto, a reportagem oferece às universidades o espaço para se posicionar. Pode-se perceber isso nos posicionamentos das Universidade Positivo, em Curitiba, da Universidade Federal de Viçosa e da Universidade Federal da Paraíba.

Outras fontes encontradas na matéria e que conferem credibilidade ao relato por estarem narrando sua própria experiência são a aluna da Universidade do Estado de Santa Catarina abusada em 2018 e o posicionamento da antropóloga Rosana Pinheiro-Machado. Outras fontes utilizadas na reportagem incluem a advogada Marina Ganzarolli, da Rede Feminista de Juristas, que acompanhou diversos casos

de denúncia de assédio sexual e estupro em instituições como a Universidade de São Paulo, bem como a jornalista Giulia Santana, autora do livro-reportagem Vozes, que escutou relatos de mulheres violentadas em suas universidades.

A credibilidade está associada a diversos fatores que também estão presentes nessa narrativa, dentre eles cita-se a exatidão, pois os dados e relatos utilizados na reportagem são precisos e transmitidos de forma simples. Um exemplo são essa forma de apresentação: a Universidade Federal de Goiás recebeu 20 denúncias formalizadas entre janeiro e julho de 2019, sendo que 18 eram relacionadas a assédio sexual e 2 de discriminação de gênero. Informações sobre a quantidade de denúncia, local onde os crimes ocorreram e tipo de denúncia são transmitidos de forma clara em menos de três linhas.

A independência e transparência podem ser observadas na escolha das fontes. Primeiramente, a matéria tem como cerne um levantamento realizado pelo próprio site, ou seja, não é dependente de informações de terceiros. Em segundo lugar, exceto as notas oficiais das universidades, as demais fontes utilizadas não estão vinculadas a nenhuma instituição.

A transparência é exercida nos casos em que a reportagem deixa claro que não conseguiu acesso a alguns dados. Cita-se como exemplo, a explicação de que das 122 instituições, a maioria não retornou o contato. Além disso, dentre as 40 instituições que responderam, muitas afirmam ter políticas internas, porém têm apenas diretrizes abstratas.

Um aspecto importante que deve ser destacado é a responsabilização e confidencialidade e, de certa forma, a humanização. Como já mencionado, a temática violência contra a mulher trata-se de um tema sensível de ser abordado e complexo. Portanto, os jornalistas demonstram comprometimento e respeito pelas fontes ao, em nenhum momento, expor informações como nomes ou dados que possam permitir a identificação de qualquer uma das fontes sigilosas.

Esse aspecto é importante, pois muitas mulheres, vítimas de violência, sentem medo de denunciar por temerem represálias. Muitos homens, inclusive, passam a perseguir a vítima, causando ainda mais danos a elas.

Nesse sentido, também é possível vincular essa reportagem com a batalha travada pelo jornalismo contemporâneo para combater a desinformação com informação de qualidade. Em uma sociedade historicamente machista, a mulher se

torna vítima duas vezes, a primeira ao sofrer a violência e, a segunda, ao ser julgada e descredibilizada quando decide denunciar.

De acordo com Ribeiro (2019), as mulheres são as principais vítimas de ameaças, de conteúdos violentos e de xingamentos publicados na *internet*. Para corroborar com esses dados, a Central Nacional de Crimes Cibernéticos indica que casos de violência e discriminação contra mulheres cresceram 21,27% em abril de 2020. Além disso, o racismo, o movimento feminista, os direitos reprodutivos e a exposição de mulheres por vingança estão entre as pautas mais frequentes da desinformação.

Por meio da coleta, análise de dados e do rigor científico, o jornalismo investigativo apresenta condições para que a sociedade compreenda e conheça as causas e consequências do fato apresentado, além de participar da documentação do vivido e melhorar como sociedade.

5.2.3 Case 3: Arsenal Global

A terceira reportagem, “Arsenal Global”, é a mais completa tanto na extensão da narrativa, quanto na presença de recursos multimídia. Trata-se de uma investigação jornalística de quase 10 meses, realizada pela equipe do *The Intercept Brasil*, acerca das balas encontradas após tiroteios, na cidade do Rio de Janeiro.

Nessa reportagem, são bastante notórias as características citadas por Hunter (2013) que diferenciam o jornalismo convencional do jornalismo investigativo. A história se apoia no máximo possível de informações e é bastante longa. Além disso, se baseia em dados que podem ser comprovados por meio de documentos, como é o caso dos documentos que contêm a resposta da Marinha do Brasil, bem como direciona para conteúdos de outros meios jornalísticos.

Também é perceptível que muitas informações oficiais foram ocultadas, o que valoriza ainda mais a apuração realizada pelos jornalistas. Esse fato pode ser verificado na negativa de acesso às informações enviadas pelas assessorias de imprensa da Companhia Brasileira de Cartuchos, do Comando do Exército, do Ministério da Justiça e Segurança Pública, da Polícia Federal, todas informações foram solicitadas via Lei de Acesso à Informação pelos jornalistas.

Hunter (2013) também cita no referencial teórico que o jornalismo investigativo exige uma certa quantidade de engajamento pessoal do repórter para

que a história seja completada. É possível identificar esse engajamento no tom de ironia e indagação que o texto e o vídeo contêm e que serão detalhados no decorrer da análise.

Além disso, essa reportagem também demonstra que os jornalistas se recusam a aceitar o mundo da forma como ele se apresenta, com tiroteios inexplicados, sem solução e diários nas comunidades do Rio de Janeiro. A história entra nessa realidade buscando despertar os leitores para essa situação, bem como oferece uma possível solução.

Tal solução já existe, mas não é aplicada corretamente. As normas reguladoras para marcação de armas de fogo determinam que os cartuchos de munição fabricados no país ou importados devem apresentar o nome ou marca do fabricante, nome ou sigla do País, calibre, número de série impresso na armação e no cano, o ano de fabricação e o modelo da arma de fogo.

Além dessas marcações, as armas de fogo adquiridas pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal devem ser marcadas com as Armas da República e com o nome por extenso do órgão ou entidade comprador. Contudo, a reportagem denuncia, e as ilustrações comprovam, que as armas possuem apenas a sigla do fabricante e um número de série. Sendo que, segundo os jornalistas, a fabricante CBC não revela a quem pertence o lote, o que dificulta as investigações.

A ampliação espaço-temporal é perceptível em todas as etapas da narrativa. No quesito contextualização e historicização, o conteúdo se aprofunda na história por trás dos cartuchos. A narrativa mapeia a origem de cada cartucho encontrado, resgata seu histórico e relaciona com o presente ao traçar possíveis caminhos que levaram aquelas balas às ruas do Rio de Janeiro. Um caso a ser citado é o da munição de fuzil fabricada em 1977, na Bélgica. Com a marcação padrão da Organização do Tratado do Atlântico Norte, a Otan, criada na Guerra Fria, fica a pergunta: como essa bala foi disparada naquela cidade 41 anos depois?

A relação entre eventos é outra característica dessa narrativa, pois a história é costurada a partir dessas relações. A reportagem é dividida em seções, primeiramente contextualiza o objetivo da investigação na seção “Varrendo as Ruas”, na qual detalha o projeto de percorrer as ruas e recolher as balas. Em seguida, o conteúdo aborda os casos em que foram encontrados cartuchos brasileiros e onde eles estavam. Na sequência, inicia-se uma nova seção “Tiros Importados”, na qual os

jornalistas se aprofundam nos cartuchos provenientes de outros países como a Bélgica, China, Rússia, República Tcheca e Estados Unidos.

Quanto à característica da relação entre os eventos, é interessante destacar o trabalho minucioso de interligar uma seção à outra. Ao passar da seção que aborda sobre os cartuchos brasileiros para os estrangeiros, os jornalistas relacionam como, apesar de serem proibidas no Brasil, 32% das balas encontradas são provenientes de outros países. Outro exemplo, quando troca da seção “Bélgica” para “China”, os jornalistas relacionam as informações de que no mesmo dia e local onde foi encontrada a cápsula belga, também foi localizada uma munição chinesa.

Essa “costura” é bastante notável em todas as seções e ajuda a dar ritmo para a narrativa, visto que essa contém uma grande quantidade de números e, sem esse recurso literário, entende-se que poderia se tornar maçante.

A preocupação social, outra característica da narrativa, está presente no início e no fim da reportagem. No início, os jornalistas demonstraram preocupação com a falta de elucidação de onde vieram as balas que matam cerca de 1.500 pessoas por ano no Rio de Janeiro. Já nas seções finais, intitulada “Quem quer resolver esses crimes”, a narrativa é conduzida de acordo a questionar o porquê da fabricante e os responsáveis por fiscalizar a produção não estão engajados para ajudar a aumentar o número de homicídios elucidados.

Outros recursos que devem ser destacados são a apuração em conjunto com o uso de imagens e outros recursos. Tais recursos são complementares ao texto, como é o caso das ilustrações com detalhes das balas encontradas.

A estrutura dramática da história é tanto uma característica do jornalismo investigativo quanto do jornalismo em profundidade. Ainda de acordo com os conceitos propostos por Lobato (2016) e que compõem os elementos de análise da parte narrativa, é possível perceber que, ao contrário das outras reportagens analisadas que incluem personagens humanos, nesta os personagens são as balas e as histórias por trás delas.

Cada seção pode ser considerada como um cenário: o cenário brasileiro, o russo, o americano, *etc.* Existem também os personagens humanos, mas eles não conquistam tanto espaço como observado nas análises anteriores. Dentre esses personagens, um deles é o ambulante José Carlos de Jesus de Almeida, morto por um tiro no peito quando saía de casa para abastecer o carro.

Outra característica da narrativa é o reforço da função testemunhal e a singularização do fato. Nessa reportagem quem fala são os dados obtidos pelos repórteres. Além disso, o fato não é singularizado, pelo contrário, ele é multiplicado. Não se trata de um único evento, mas de um evento que acontece diariamente nas comunidades do Rio de Janeiro.

O fato dos tiroteios no RJ ocorrerem frequentemente contribui para que notícias sobre o tema se tornem “corriqueiras” para quem assiste o noticiário ou lê os jornais. Entretanto, não deixa de ser uma experiência aterrorizante para quem vivencia 23 horas de tiroteio ininterrupto, como foi o caso do tiroteio no Morro do Jordão, em 2018. Contudo, apesar dessas características não estarem presentes de forma tão significativa, isso não torna a narrativa menos humanizada, até porque é aplicada a tática, já mencionada, de ligar cada dado a outro e manter o ritmo da narrativa na escrita dos próprios jornalistas.

Ademais, devido ao fato de que foram os jornalistas que pessoalmente recolheram cada cápsula após todos os tiroteios, isso confere a eles a autoridade necessária para serem também as fontes. Relembrando Ijuim (2006), apenas depois de observar, absorver o ambiente e compreendê-lo por completo, que o jornalista se torna capaz de passar de forma eficiente esse cenário para outras pessoas.

Quanto ao último elemento de análise da parte narrativa, a construção das cenas, cabe acrescentar o uso poético da linguagem. Já na terceira frase, por exemplo, os jornalistas empregam esse recurso ao afirmar que o Rio de Janeiro nunca soube de onde veio todas as balas que alvejam diariamente casas, pessoas e o que estiver no caminho, mas agora sabe. A forma literária de escrever também pode ser percebida em frases como “encontramos ainda quentes”, fazendo alusão aos cartuchos e o calor, bem como frisando que os jornalistas estiveram lá imediatamente após o fim do tiroteio.

Parte-se, então, para a análise dos níveis de contextualização destacados por Conde (2018). O nível inicial, que responde às quatro primeiras perguntas do *lead* jornalístico, é encontrado nos primeiros parágrafos. Novamente, essa reportagem se diferencia das demais.

Apesar de não começar completamente da forma tradicional, ela ainda mantém esses elementos logo no início do texto e, ao mesmo tempo, adiciona elementos da pirâmide invertida. Dessa forma, supre aquilo que Lima (2009) chama

de tendência humana e natural de preferir a escuta ou leitura de histórias, além de agregar as informações de modo interpretativo.

Quanto ao nível um, percebe-se que durante 100 dias (o quê) em 2018 (quando), os jornalistas do TIB (quem) percorreram 27 bairros da cidade do Rio de Janeiro (onde) nos instantes posteriores a trocas de tiros.

Já a resposta de "como" e "por que", necessárias para o nível dois de contextualização ou nível da explicação, podem ser encontradas nas seguintes informações. O "como" trata-se da coleta feita pelos jornalistas, além de ter contado com a ajuda do Instituto Sou da Paz e pelo Small Arms Survey, que identificaram as cápsulas nacionais e estrangeiras, respectivamente.

Já quanto ao "porquê", nota-se que o objetivo desse conteúdo é, primeiramente, identificar de onde e de quem são as munições disparadas nas comunidades e, em segundo lugar, demonstrar que essa identificação não está sendo feita. Assim, pessoas estão morrendo e nem mesmo a polícia sabe informar quem matou e por que estavam usando aquela bala.

Por sua vez, o nível três também é relevante, pois agrega informações por meio de diversos outros formatos. Esta é uma reportagem com significativa abundância de recursos multimídia. Neste conteúdo são utilizados animações, vídeos, infográficos, ilustrações, imagens e *hiperlinks*.

O nível quatro, nível da exploração, deve-se ser destacado pois essa reportagem é o que mais utiliza o recurso de *hiperlink*, um texto com *link*. São 68 *hiperlinks* direcionando para outros conteúdos. Os *links* levam o leitor a matérias de outros veículos como o G1, o The Intercept Brasil, O Dia, Metrôpoles, Estadão, O Globo, Extra, Jusbrasil e Folha de São Paulo. Além disso, os *hiperlinks* direcionam para outros conteúdos que podem aprofundar o conhecimento do leitor, como por exemplo, leis, portarias e História no site Brasil Escola e InfoEscola. A reportagem também leva aos sites dos fabricantes de armas como é o caso da fabricante chinesa Norinco, a belga Fabrique Nationale d'Herstal, a Tulammo Company, além da JSC Barnaul Machine Tool Plant para uso em fuzil como o AK-47.

É importante destacar que os *hiperlinks* são diferenciados do restante do texto, pois estão em um tom roxo enquanto o texto está na cor preta. Da mesma forma que nos conteúdos analisados anteriormente, esta reportagem não se furta de utilizar os conteúdos direcionados no final do texto. Os seis conteúdos relacionados se tratam de reportagens que envolvem Marielle Franco, polícia e milícias.

Os conteúdos relacionados apresentam reportagens sobre a polícia ter ignorado o registro do carro clonado usado para matar Marielle Franco, sobre 600 dias sem Marielle e sem uma investigação decente. Além disso, outro conteúdo jornalístico apresenta o relato da irmã de Marielle Franco sobre saudade, bem como denúncias de testemunhas que acusam um ex-policial do Bope de ser o assassino, além do pedido de que a promotora do caso de Marielle seja afastada.

Além dos *hiperlinks*, outro recurso multimídia empregado é o uso de imagens. No total, três imagens fazem parte da narrativa. Dessas, duas são as que mais chamam a atenção. Assim como no primeiro caso analisado, “Tá Tudo Dominado”, os jornalistas trabalham o formato das imagens e aplicam o que Salaverría (2014) define como diversas possibilidades de contribuir com a linguagem multimídia.

A primeira imagem está localizada na seção “Varrendo as Ruas”, que detalha as balas brasileiras e suas características. Para compreensão desta seção citada, antes da flexibilização do porte de armas sancionado pelo presidente Jair M. Bolsonaro, na teoria, os cidadãos apenas podiam ter acesso ao revólver calibre .38. Portanto, qualquer munição fora disso deveria pertencer às forças armadas do Brasil. Porém, nos dias em que foram localizadas essas balas, não ocorreram operações militares, dessa forma, os jornalistas questionam de que maneira, munições de uso restrito das forças armadas foram parar na mão de traficantes e milicianos.

A primeira imagem está localizada no final da narrativa e ocupa todo o quadro da tela, sendo maior que o espaço ocupado pelo texto e ganhando destaque. Trata-se de uma imagem colorida que retrata um soldado armado com fuzil, passando em frente a uma casa, cujo portão possui a pintura da bandeira do Brasil. O soldado está passando exatamente no meio da bandeira e a foto foi tirada de baixo para cima, conferindo ao soldado uma aura de superioridade.

A segunda foto ganha menos destaque e aparenta ter um propósito claro: quebrar a narrativa. Ela está localizada na seção que aprofunda a origem de cada cartucho, naquele ponto já foi explicado China, Rússia, Bélgica, Estados Unidos e República Tcheca. A imagem está na parte da contextualização referente à Bósnia.

Nessa parte, os jornalistas explicam que uma bala produzida enquanto a Bósnia ainda se chamava Iugoslávia foi encontrada na comunidade de Manguinhos. Trata-se de uma bala utilizada na guerra civil. A imagem retrata três soldados da guerra civil sentados no campo de batalha e segurando suas armas. Portanto,

acredita-se que o objetivo projetado na inserção dessa imagem, que não acrescenta informações, seja auxiliar para a fluidez da narrativa.

Por sua vez, a terceira e mais impactante imagem, está localizada na penúltima seção e, assim como a primeira, ocupa um espaço de destaque. A imagem também foi capturada de baixo para cima e demonstra a fragilidade dos moradores frente aos disparos (ilustração 24).

Ilustração 24 – exemplo de imagem case 3



Fonte: *The Intercept* Brasil (2019)

Outro elemento encontrado nessa narrativa é tanto um *hiperlink* quanto uma imagem. Trata-se da resposta da Marinha ao questionamento do jornal sobre determinado lote de balas. Os jornalistas não se limitaram a transcrever a resposta da Marinha, pelo contrário, anexaram as duas páginas do *e-mail* como uma imagem que ao ser clicada direciona para outro *site* que contém as duas páginas completas que compõem a resposta.

Como mencionado anteriormente, esse conteúdo jornalístico empregou diversos formatos multimídia e um deles são os infográficos. Na reportagem, foram utilizados quatro deles que atuam explicando fatos ou acontecimentos complexos, de

acordo com Lorenzi (2019). Os três são padronizados na cor branco, letras pretas e na cor azul/roxa. O primeiro apresenta um mapa da cidade do Rio de Janeiro detalhando todos os locais em que foram coletadas as balas. No canto inferior direito, existe outro mapa menor, se trata de um mapa pequeno Brasil que destaca onde está localizado o Rio de Janeiro.

O segundo gráfico apresenta de forma bem diferenciada a quantidade total de balas. Trata-se de uma paródia do gráfico de colunas, porém as colunas possuem o formato de cartuchos e representam um tipo específico. Os cartuchos possuem formatos variados e são preenchidos por uma bala. Cada bala possui o tamanho referente a quantidade encontrada daquela bala (ilustração 25).

Ilustração 25 – Exemplo de infográfico case 3



Fonte: The Intercept Brasil (2019)

Já o terceiro infográfico apresenta um mapa-múndi. O mapa preenche com cor azul o país de origem da bala e apresenta um marcador informativo com a quantidade específica de balas advindas daquele país, por exemplo, Brasil (94), Estados Unidos (22) e Rússia (14).

Por último, o quarto infográfico novamente apresenta a bandeira do Brasil, mas construída por pontos. Cada ponto representa um percentual que é equivalente à quantidade de homicídios denunciados. O gráfico informa que no Brasil apenas 20,7% dos homicídios denunciados e solucionados. Assim como no primeiro infográfico, o Rio de Janeiro está destacado de forma diferente com pontos pretos representando o índice de 11,8% dos homicídios denunciados. Cabe ressaltar que todos os infográficos mantêm o mesmo padrão de cores e estilo de fonte e desenho.

As ilustrações também são peças importantes na narrativa. Foram localizadas nove ilustrações e todas retratam o mesmo objeto: a cápsula de uma bala. Elas estão presentes em todas as seções e acompanham a narrativa ilustrando por meio da mistura de foto e texto.

As ilustrações são compostas pela foto da munição, por exemplo a de calibre 7,62, e algumas apresentam o cartucho em diversos ângulos (ilustração 26), posicionado de pé, deitado e/ou de costas. Ao lado da foto está um retângulo que contém informações como o lote e modelo, ou seja, considerando o exemplo citado, o retângulo informa “lote UZZ-18 / 7,62”.

Ilustração 26 – Exemplo de ilustração case 3



Fonte: The Intercept Brasil (2019)

A presença dessas ilustrações auxilia na construção da narrativa de diferentes formas. A aplicação das imagens faz com que o texto não se torne maçante, além de contribuir para agregar informações que se fossem inseridas no texto podem não ser absorvidas de forma tão eficiente.

Além das ilustrações, outros elementos multimídia presentes são algumas animações e um vídeo. Ao contrário dos infográficos que seguiam um padrão gráfico, as animações não possuem esse apelo. Retomando Lorenzi (2019), as animações anteriormente eram restritas aos jogos, contudo a evolução da tecnologia permitiu que elas sejam aplicadas em diversos conteúdos e se trata de imagens as quais são adicionadas à ação.

Essa reportagem possui três animações, sendo que a primeira também é a capa principal da reportagem. Essa primeira animação envolve a repetição contínua de cartuchos vazios caindo em uma superfície na qual estão outras balas também. Não se trata de um conteúdo informativo, mas sim de um recurso utilizado para conferir agilidade e atrair o leitor.

A segunda animação é bastante semelhante à primeira, contudo, dessa vez apenas um cartucho aparece na animação. Aparentemente, se trata de uma bala calibre 7,62. A animação apresenta repetidamente o cartucho de diferentes posições em um ritmo acelerado. O conteúdo casa com a seção que vem em seguida e que também é completada por uma terceira animação, a seção “Perguntas em aberto”.

A diferença de padrão mencionada anteriormente é identificada especificamente nesse recurso multimídia. A animação é composta por um retângulo, dividido em oito quadrados, sendo que cada quadrado possui uma cor diferente e uma pergunta dentro. Conforme a ação avança, a cor do quadrado e da letra da pergunta muda, alternando entre preto, roxo e branco. As perguntas indagam “tá, mas e aí?”, “quem responde?”, “quem resolve?”, “como resolve?”, “quem sabe?” e “como isso chegou aqui?”. Essas perguntas simbolizam as interrogações que permanecem não respondidas no fim da reportagem.

Por fim, o vídeo também é parte da narrativa. Ele está localizado bem no início da reportagem, após a explicação básica do que se trata a investigação e possui um padrão diferente do resto do conteúdo. É um vídeo de 3:23s e narra de forma diferente da reportagem os resultados da investigação. O vídeo contém ilustrações digitais que são misturadas com as balas reais e formam uma nova

imagem. A produção inicia contextualizando os tiroteios no Rio de Janeiro e apresenta os resultados em algumas comunidades.

Dos 27 bairros, 4 são detalhados no vídeo. A narrativa apresenta a comunidade de Manguinhos, utilizando o mesmo mapa do primeiro infográfico. Detalha-se que lá foram encontradas balas da época da guerra civil da Iugoslávia. Em seguida, parte para o Jacarezinho onde apresenta as munições russas encontradas lá. O vídeo também aborda o tiroteio de mais de 23 horas ocorrido na comunidade do Morro do Jordão com a presença de balas calibre 9mm dos EUA.

Outra comunidade, a Vila Kennedy possuía grande quantidade de cartuchos da brasileira CBC e dos EUA. Apesar de serem de uso restrito das forças armadas do Brasil e de não terem ocorrido operações policiais nesses períodos, o vídeo também mostra que diversos cartuchos para uso em fuzil como o AK-47 foram encontrados no Complexo do Alemão. O vídeo finaliza chamando para ler a matéria completa. Além disso, ele é composto pelas mesmas cores utilizadas na reportagem além do dourado presente nos cartuchos (ilustração 27).

Ilustração 27 – Exemplo de vídeo case 3



Fonte: The Intercept Brasil (2019)

Da mesma forma que na narrativa e nos recursos, esse *case* é bastante distinto dos outros dois, pois utiliza poucas bases de dados. A reportagem não utiliza fontes testemunhais e os dados empregados no conteúdo jornalístico são compostos, quase totalmente, pelas informações referentes aos cartuchos ou giram em torno do tema.

A única exceção diz respeito aos dados do Instituto Sou da Paz e do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que elucidam a situação do país quanto ao baixíssimo índice de crimes que viram denúncias e o ainda mais insignificante percentual de crimes que são solucionados.

No processo de inserção de dados no conteúdo aprofundado, destaca-se a etapa de coleta, visto que os próprios jornalistas se empenharam na tarefa de coletar os dados pessoalmente durante dez meses. É evidente que a coleta dos cartuchos deu-se em 100 dias, mas o processo de coletar mais informações sobre cada um deles levou meses.

A etapa de filtragem, no caso, não dispensa o mesmo esforço aplicado nos outros casos, visto que todo o material coletado foi utilizado, o que ajudou a direcionar a organização. A etapa da organização pode ser identificada na separação quanto aos tipos, bairros e as pesquisas relacionadas, como por exemplo, identificar se houve operações policiais naquelas regiões.

De forma semelhante, a etapa de processamento do material coletado contou com a colaboração do Instituto Sou da Paz e do *Small Arms Survey* para analisar e catalogar todo o material, sendo eles produtos nacionais ou estrangeiros.

Das etapas relacionadas ao uso de dados, além da coleta, outras que demandaram esforço são as etapas de contextualização e construção da história. Na fase da contextualização, o desafio de construir uma história em profundidade sobre o tema dos cartuchos foi cumprido com sucesso.

Os jornalistas foram capazes de escrever uma história sobre esses objetos relacionando-os uns com os outros sem deixar de construir uma narrativa bem costurada e que segue uma sequência lógica. Além disso, a narrativa acrescenta inclusões discretas de trechos humanizadores ao citar, por exemplo, Josip Broz Tito, o militar que vendia munições para os estados membros do Movimento dos Países Não-Alinhados.

Nessa reportagem percebe-se o que estipulam Costa, Silva e Lavor (2018) ao destacar que as narrativas com dados são expressões, registros da memória do

tempo presente. Portanto, resta ao jornalista ser capaz de contar essa história, acrescentar qualidade ao fazer jornalístico e, ao mesmo tempo, cumprir os princípios básicos do jornalismo, conforme dita Vermanen (2014). O *case* atende a dois propósitos importantes do jornalismo de dados: encontrar histórias únicas e executar sua função de vigilância.

Apesar de não utilizar fontes testemunhais, entende-se que a credibilidade da reportagem não sofreu perdas, pois elementos como exatidão e justiça são notáveis no conteúdo. Percebe-se, então, um esforço dos jornalistas de, ao mesmo tempo, apresentar os dados de forma completa e manter o ritmo da história. Verifica-se esse empenho em trechos como o que explica que a Bósnia até hoje recebe ajuda para lidar com a quantidade de armas obsoletas e munições deixadas no país após o desmembramento da Iugoslávia.

Oliveira e Demori (2019, não paginado) citam que enquanto a Bósnia não resolve esse problema deixado pela guerra, “uma bala produzida pela Igman Zavod, de calibre 762×39, foi recolhida em um ferro velho de Mangueiras, numa sexta-feira, 20 de julho do ano passado”. Em outra frase, os jornalistas destacam que houve duas CPIs, em 2011 e 2016, sobre tráfico de armas, mas ninguém é responsável por acompanhar o cumprimento das mais de 200 proposições e recomendações. A partir da leitura de trechos como esses, percebe-se que o objetivo é informar com exatidão os dados, além de cumprir um papel social de exigir respostas e soluções e, com isso, justiça.

A reportagem é clara e transparente quanto ao sucesso e falhas no processo de apuração. É possível localizar diversos trechos em que os jornalistas deixam claro que buscaram informações e não as conseguiram. Tal transparência pode ser identificada nesse trecho, no qual Oliveira e Demori (2019, não paginado) destacam que as perguntas permanecem sem resposta graças a “cada negativa para pedidos via Lei de Acesso à informação, a cada falta de resposta da Secretaria de Segurança Pública, a cada vácuo das polícias Militar e Civil do Rio de Janeiro, a cada resposta esquivada do Exército e CBC”. Os autores também citam que as entidades negam acesso alegando sigilo ou incompetência.

Como Lisboa (2012) cita no referencial, a confiança do leitor quanto ao orador advém do caráter do orador, contexto em que ocorreu e as razões que motivaram a criação daquela mensagem, portanto ao buscar pessoalmente o conteúdo e exigir

respostas, tais fatores contribuem para conferir competência, integridade e autoridade ao conteúdo investigativo.

A reportagem não está estritamente relacionada com *fake news*, mas atua como agente informador. Isso ocorre, pois a ação do tráfico, milícias e as operações policiais nas comunidades do Rio de Janeiro são alvos de eliminação de informações ou de desinformação proposital. Frequentemente as comunidades são atacadas e muito pouco ou quase nada é esclarecido. Quando o tráfico ou as milícias lutam entre si, se houver dano colateral aos moradores, a polícia se isenta, alegando ser disputa entre criminosos. Da mesma forma, quando ocorrem erros humanos em operações chefiadas pela polícia, a justificativa é a “guerra ao tráfico”, como ocorreu no dia 18 de junho de 2020. Durante uma operação policial no complexo da Penha, na Zona Norte, um jovem de 16 anos morreu baleado dentro de casa. A família alega que não houve troca de tiros e sim execução. A polícia nega e alega que houve troca de tiros com os bandidos.

Dessa forma, ao extrair o leitor da sua zona de conforto, utilizar o jornalismo com uso de dados como forma de se inserir nessa realidade e, a partir disso, esclarecer e comunicar fatos checados e confiáveis, os jornalistas contribuem com conteúdos em profundidade, com qualidade e credibilidade.

5.3 BUSCA DA CREDIBILIDADE QUE OS DADOS PODEM AGREGAR

Esse capítulo se propõe a ser uma reflexão sobre a credibilidade que os dados, a narrativa em profundidade e os recursos multimídia podem agregar ao fazer jornalístico. Na análise das reportagens é possível identificar os elementos citados anteriormente e, isso, tornou os conteúdos jornalísticos analisados de qualidade e com conteúdo relevante.

Ao pesquisar o *The Intercept* Brasil e as três reportagens do *corpus* da análise, é possível identificar as sete características apontadas por Ireton e Posetti (2018) como determinantes para que o jornalismo possa reafirmar seu papel na sociedade: exatidão, independência, justiça, confidencialidade, humanidade, responsabilização e transparência.

Os três produtos procuram agregar valor por meio da pesquisa, organização e apresentação não somente de dados, mas de gráficos, infográficos, vídeos, entre

outros. Tal atitude demonstra que o jornalismo está buscando se adaptar às novas formas de comunicar, sem perder a qualidade.

Para isso, indo em sentido contrário ao jornalismo tradicional, os meios de comunicação como o TIB apostam em conteúdos aprofundados e no uso de novas tecnologias como a visualização dos dados e as bases de dados.

Ao construir narrativas qualificadas, o jornalismo oferece aos leitores condições para contextualizar a narrativa e compreender seu tempo, contribuindo, assim, para uma sociedade que pensa por si própria e é capaz de ajudar o jornalismo a mudar realidades.

Nos três casos analisados, o jornalismo de dados e os recursos multimídia transformaram informações isoladas, antes sem ligação, em algo com sentido, uma história. Uma história que merece ser lida e compreendida por todos. É preciso inovar para gerar valor e o jornalismo de dados inova ao transformar o modo de fazer jornalismo.

Não se trata de uma mudança drástica que altera todos os princípios básicos, mas sim de uma atualização. Necessária de tempos em tempos para promover melhorias. Ao acrescentar novos processos, é possível fazer uma autoavaliação de como é possível melhorar ou onde é necessário modificar o processo.

Acredita-se que com o fortalecimento da *internet*, expansão das redes sociais e a infestação de *fake news* e da pós-verdade, o jornalismo enfrentou dificuldades para encontrar seu lugar e foi duramente questionado. Entretanto, com a inserção de práticas como o uso de dados e novos recursos, a profissão ganha a possibilidade de reconquistar tanto seu valor financeiro, quanto sua relevância.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se afirmar que o desenvolvimento desta pesquisa, com o tema: “*The Intercept* Brasil: análise da contribuição do jornalismo de dados para a credibilidade jornalística na era da pós-verdade”, está relacionado ao desejo da pesquisadora de aprofundar seu conhecimento sobre o jornalismo de dados, uma área que sempre lhe despertou interesse.

Ademais, a partir de uma melhor compreensão acerca do jornalismo de dados, percebeu-se a necessidade de pesquisar, também, outros elementos que compõem a narrativa aprofundada com uso de dados, sendo eles: os recursos multimídia como gráficos, os infográficos, os vídeos, as animações, as ilustrações e as imagens.

Soma-se ao interesse pelo jornalismo aprofundado e de dados, o interesse em se aprofundar no impacto causado na sociedade pelo fortalecimento da pós-verdade em esferas que influenciam diretamente a vida em sociedade, bem como a percepção da pesquisadora de que o Jornalismo está em transformação. Acrescenta-se a esses fatores, o desejo de verificar se o jornalismo sofreu, e ainda sofre, um forte impacto na credibilidade com o fortalecimento das redes e a disseminação desenfreada de desinformação.

Com base no interesse por esses temas, surge, então, o questionamento: “de que maneira o jornalismo de dados pode contribuir para a reafirmação da credibilidade do jornalismo frente à disseminação de *fake news*?”

Como resposta à questão norteadora, obteve-se a compreensão de que, ao investir em narrativas aprofundadas e qualificadas, com uso de dados e recursos multimídia, o jornalismo retoma a essência do bom jornalismo e tem a possibilidade de renovar o fazer jornalístico. Nota-se que a instabilidade permitiu uma autoavaliação da profissão e contribuiu para que pilares fundamentais, como a apuração aprofundada e a checagem rigorosa, sejam resgatadas e valorizadas.

Em um cenário onde todos são capazes de “comunicar”, após reavaliar seu modo de produzir conteúdo, o jornalismo resgata sua característica investigativa e, ao desenvolver conteúdos aprofundados, se torna capaz de combater a desinformação com informação de qualidade. Portanto, retoma o diálogo e reafirma seu papel de polo confiável de informações.

Para chegar à resposta da questão que norteia esta pesquisa, estipulou-se como objetivo geral: “estudar o jornalismo de dados, buscando perceber como essa forma de jornalismo pode contribuir no fortalecimento da credibilidade em tempos marcados pela pós-verdade e *fake news*”.

Como apontado por autores como Lobato (2016), Santos (2018) e Longhi e Winques (2015), a sobrevivência do jornalismo depende da reformulação do modo de produção jornalístico, das etapas de investigação e da apuração. Nesse sentido, ao analisar a inserção do jornalismo na *internet*, seu desenvolvimento, a instabilidade trazida pela desinformação e a aplicação de novas formas de produção de conteúdo, observa-se que a narrativa em profundidade agrega considerável qualidade. Tal qualidade pode ser acrescentada por meio do aprofundamento do texto, uso de base de dados, humanização da história, contextualização e hipertextualidade, elementos esses identificados nos *cases* analisados.

No mesmo sentido, o primeiro objetivo específico buscou “analisar a contribuição da utilização de dados para o jornalismo em profundidade”. Entende-se que o jornalismo de dados agrega valor ao transformar dados brutos em histórias que cumprem a função de vigilância do jornalismo (VERMANEN, 2014) e apresenta novos modos de produção e narração que o tornam contraponto ao modo tradicional de fazer jornalismo (GRANDIN, 2014).

Tal objetivo foi atingido por meio dos subcapítulos 3.4 e 4.5, a partir da apresentação do conceito de jornalismo de dados e da pesquisa sobre as etapas de busca, organização e apresentação do jornalismo de dados, respectivamente.

Além disso, projetou-se, como segundo objetivo específico: “investigar um possível processo de descredibilização do jornalismo contemporâneo”. Esse objetivo foi alcançado, entende-se, no desenvolvimento do capítulo 4, mais especificamente nos subcapítulos 4.1, 4.3 e 4.4. Nesses itens, a pesquisadora retoma o papel do jornalismo e aprofunda-se no jornalismo investigativo, além de analisar ações que reafirmam a credibilidade jornalística em tempos de crise.

Entende-se que a disseminação de *fake news* e desinformação provoca a perda de confiança em diversas instituições, dentre elas, o jornalismo (BARBOSA, 2019). Ao perder seus referenciais e se isolar em bolhas informacionais, o público passa a buscar questionar o jornalismo e buscar informações em outros meios, principalmente aqueles com informações que lhes convém, ou seja, que reforçam o perspectivismo, sobremaneira nocivo à problemática da informação.

Com base na retomada realizada no referencial teórico, é possível apurar que o surgimento da *internet* e novas formas de comunicar, tiraram das mãos do jornalismo a hegemonia de comunicar. Além disso, o clima de polarização faz com que o público desconfie do jornalismo. De acordo com o referencial teórico, a fragmentação da notícia no digital, a desintermediação da notícia no meio digital, as notícias falsas, a polarização política, o viés de confirmação e as bolhas informativas são alguns fatores que acirram esse cenário de desconfiança.

Por fim, o terceiro objetivo específico, que foi o de “verificar algumas circunstâncias específicas que indicam como a era da pós-verdade e as *fake news* afetam a credibilidade jornalística”, foi alcançado, entende-se, no subcapítulo 4.2, no qual são estudados o surgimento e as características dos ambientes polarizados pela desinformação.

Percebe-se que a desinformação afeta a credibilidade jornalística ao utilizar o jornalismo como munição de guerra. As *fake news* se escondem por trás de fragmentos de notícias retirados do contexto original, simulando a aparência de um jornal real, manipulando informações e se escondendo por trás do anonimato. De origem muitas vezes desconhecidas, agem em grande escala e apelam às emoções do leitor (BUCCI, 2019).

A pesquisa foi capaz de confirmar a hipótese inicial de que “o fazer jornalístico dotado de conteúdo aprofundado, com a contribuição fundamental do jornalismo de dados, reafirma o papel significativo do jornalismo na sociedade”.

Ao fim, desta pesquisa é possível afirmar que o jornalismo de dados renovou o modo de fazer jornalismo, pois fez com que o processo fosse repensado e reconfigurado. As apurações se tornam mais longas, as fontes consultadas são mais qualificadas e as informações muitas vezes são resultado da busca do próprio jornalista. Ou seja, o uso de jornalismo de dados permite maior eficiência na busca de informações, além da circulação em diversas plataformas, bem como contribui com a visualização dos dados.

O acréscimo da visualização de dados ao fazer jornalístico, trazido pelo jornalismo de dados, torna possível confirmar a segunda hipótese: “no processo de reafirmação da credibilidade jornalística, o jornalismo de dados desempenha um papel importante, entretanto, somente quando este é empregado junto a outros recursos, estilos e ferramentas”. A hipótese foi confirmada durante a pesquisa, pois o

jornalismo em profundidade que utiliza somente dados não se torna interativo, atrativo e não desfruta das qualidades proporcionadas pelo jornalismo digital, infere-se.

Portanto, acredita-se que ao construir as narrativas jornalísticas em profundidade, aproveitando as técnicas da grande reportagem e as ferramentas fornecidas pelo jornalismo longform, bem como os recursos multimídia e a prática investigativa, o jornalismo retoma seu papel de mediador e renova e garante sua função social na contemporaneidade.

Esta pesquisa utilizou como metodologia a pesquisa exploratória, para tornar o objeto de pesquisa mais explícito e trazer maior familiaridade com o tema. Para tanto, foi aplicado o método hipotético-dedutivo para confirmar as hipóteses levantadas pela pesquisadora. Quanto ao método de procedimento, foi utilizada a Análise de Conteúdo, a fim de investigar, com base no conteúdo das reportagens, um novo significado por trás da mensagem original.

Conclui-se que as reportagens em profundidade apresentam um grande esforço para explicar os acontecimentos utilizando diversos recursos e abordagens. Com isso, a partir desse esforço, garantem sua função, já que oferecem informações com qualidade, isenção e objetividade, que contribuem com o desenvolvimento da sociedade e a ajudam a compreender o mundo e participar da vida pública.

REFERÊNCIAS

- ALTARES, Guillermo. A longa história das notícias falsas. **El País**, Madri, 18 jun. 2018. Cultura. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 22 set. 2020.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Thomson Learning, 2006. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114719/recent>. Acesso em: 26. out. 2020.
- BACCIN, Alciane. **A narrativa longform em reportagens hipermídia**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 14, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p89>. Acesso em: 14 nov. 2020.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007. Disponível em: https://facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf. Acesso em: 23. Mar. 2021.
- BARBOSA, Mariana (Ed.). Pós-verdade e *fake news*: reflexões sobre a guerra de narrativas. Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antônio Reto. São Paulo: Edições 70, 2016. Disponível em: <https://madmunifacs.files.wordpress.com/2016/08/anc3a1lise-de-contec3bado-laurenc-e-bardin.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2020.
- BONA, Nivea Canalli. **Jornalismo na sociedade**. 1ª Edição. Curitiba: InterSaberes, 2017 (Série Excelência em Jornalismo). Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/128885/epub/110?code=APvNSmW1oA8tKXSrTJ9oHO1FGq6yv2dUg6Us/bSS4PMp+PTSTX0vZa0+X/cD8zbqXwsuLpfSdXFfKtYyN0pxfw==>. Acesso em: 27. Mar. 2021
- BRADSHAW, Paul. **O que é jornalismo de dados?** In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.
- BRASIL. Lei no 12.527 de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 18 nov. 2011a. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12527.htm. Acesso em: 05 abr. 2021.

BUCCI, Eugênio. **News não são fake – e fake news não são news**. In: Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. BARBOSA, Mariana (Org.). Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020

CAMPOS, Tamara. **Pensando o longform à luz das sete características do webjornalismo**: um estudo de caso de uma série de O Globo. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, p. 157-167, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p157>. Acesso em: 14 nov. 2020

CANAVILHAS, João. **Hipertextualidade**: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (orgs). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, livros LabCom, 2014. p. 3-24. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/121>. Acesso em: 24 mar. 2021.

CARIELLO, Gabriel; GRILLO. Como ganhou corpo a onda de 'fake news' sobre Marielle Franco. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23 mar. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/como-ganhou-corpo-onda-de-fake-news-sobre-marielle-franco-22518202>. Acesso em: 15 maio. 2021.

CONDE, Mariana Guedes. **Temas em jornalismo digital**: histórico e perspectivas. Curitiba: Editora InterSaberes, 2018. 332 p. (Excelência em jornalismo). Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/158937/pdf/19?code=KBFSI2sJ8B3UegJyJxVnIUJXVcKRqe1AMNH4WYOQn5335QzJyVuWDwpu7S8i6N+TYBBs365OQcwTGvRsZGdxUA==>. Acesso em: 21 mar. 2021.

CONSUMO DE MÍDIA. **Media Ownership Monitor Brasil**, 2017. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/contexto/consumo-de-midia/>. Acesso em: 02. abr. 2021

COSTA, Rafael Rodrigues da; SILVA, Naiana Rodrigues da; LAVOR, Thays Mariana de Oliveira. **O saber e o fazer jornalismo de dados no Ceará: um estudo sobre formação profissional e o uso de técnicas e ferramentas**. In: Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 27 de jun. 2018, São Paulo (SP). Anais...São Paulo (SP): Universidade Anhembi. 2018. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49260/1/2018_eve_rrcosta.pdf. Acesso em: 07 set. 2020.

DARNTON, Robert. **O diabo na água benta**: ou a arte da calúnia e da difamação de Luís XIV a Napoleão. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. Disponível em: <https://cdl-static.s3-sa-east-1.amazonaws.com/trechos/9788535921281.pdf>. Acesso em: 15. set. 2020.

DATAFOLHA. **Grau de confiança nas instituições PO813964 06 e 07/06/2018.**

Datafolha, 2018. Disponível em:

<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2017/06/26/0185934f0a2a67acc0088da5d8ab3951.pdf>. Acesso em: 29 out. 2020.

DIEHLL, Astor; TATIM, Denise. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22/pdf/168>. Acesso em: 26. out. 2020

DUNKER, Christian *et al.* **Ética e pós-verdade.** Porto Alegre: Dublinense, 2017.

Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405837437/Etica-e-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

EDELMAN. 2021. **Edelman Trust Barometer 2021.** Disponível em:

<https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2021>. Acesso em: 18 mar. 2021

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** 4. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2010. 130 p. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1691/epub/0?code=V8hgQzoRMYtxVr/d+Uzx3BTwgx3sl3ECnwTJY5lQQ93ihDCu2HctFy8pxCVXUiMx9RCybJh98IPgdy7aiQ6K+Q==>. Acesso em: 21 mar. 2021.

FIDELIS, Kelly Decanini. **Jornalismo longform: uma análise sobre a narrativa do site BBC Brasil sobre os BRICS.** 2018. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) Universidade de Sorocaba, 2018. Disponível em:

<http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/kelly-fidelis.pdf>. Acesso em: 19 out. 2020.

FIGUEIREDO, Nélia. **Método e Metodologia na pesquisa científica.** 2. ed. São Paulo: Yendis, 2007. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/159486/epub/141>. Acesso em: 26. out. 2020.

FILGUEIRAS, Isabel *et al.* **Jornalismo em tempo de pós verdade.** Editora Dummar, 2018. Disponível em:

<https://pt.scribd.com/read/405837946/Jornalismo-em-tempo-de-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

FONSECA, Francisco. **Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação.** Revista Brasileira de Ciência Política, n. 6, p. 41-69, 2011. Disponível em:

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200003. Acesso em: 28. mar. 2021.

GENESINI, Silvio. **A pós-verdade é uma notícia falsa.** In: Revista USP, n. 116, janeiro/fevereiro/março 2018. São Paulo: ECA/USP. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146577/140223>. Acesso em: 17 set. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GRANDIN, Felipe Rodrigues. **A contribuição do jornalismo guiado por dados para a criação de valor nas organizações jornalísticas**. 2014. 121 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Felipe-Rodrigues-Grandin.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2021.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**. 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

GROSSI, Angela Maria; DOS SANTOS, Gabriella S. **Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público**. Ámbitos. Revista Internacional de *Comunicación*, n. 42, p. 40-54., 2018. Disponível em: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79681/03_art.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 set. 2020

GUERRA DE CUBA: a guerra dos jornais amarelos. **News Museum**. Disponível em: <https://www.newsmuseum.pt/pt/na-frente/guerra-dos-jornais-amarelos>. Acesso em: 17 abr. 2021

GUIMARÃES, Luciano. **A cerca do Jornalismo Visual**: busca pela delimitação da investigação das imagens no jornalismo. In: Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação—INTERCOM. Fortaleza, Ceará. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2382-2.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2021

HEIN, Matthias von. Guerra do Iraque, uma invenção americana. **DW**, 9 abr. 2018. Mundo. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/guerra-do-iraque-uma-inven%C3%A7%C3%A3o-americana/a-43309906>. Acesso em: 17 abr. 2021

HUNTER, Mark Lee. (Org.). **A investigação a partir de histórias**: um manual para jornalistas investigativos. UNESCO, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002264/226456POR.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2021.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Índice de Confiança Social 2019**. São Paulo: Ibope Inteligência, 2019. Disponível em: http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 29 out. 2020.

IJUIM, Jorge Kanehide. **Jornal escolar e vivências humanas**: um roteiro de viagem. Bauru: Edusc, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ijuim-jorge-jornal-escolar-vivencias-humanas.pdf>. Acesso em: 25 maio. 2021.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Orgs). **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação**. Paris: Unesco, 2018. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647/PDF/368647por.pdf.multi>. Acesso em: 17 out. 2020

JANSEN, Thiago Pinheiro. **Data-driven journalism: o uso e a visualização de bases de dados na produção jornalística**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3669/1/TJansen.pdf>. Acesso em: 10 set. 2020.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**. Tradução de André Czarnobai e Marcela Duarte. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea**. Petrópolis: Vozes, 2018.

LIMA, Edvaldo. Pereira. **Páginas Ampliadas: livro-reportagem como extensão do jornalismo**. São Paulo: Editora Manole, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520442340/recent>. Acesso em: 13. out. 2020.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Márcia. **Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51>. Acesso em: 05 out. 2020.

LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência**. 2012. 104 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/54507>. Acesso em: 02 out. 2020.

LOBATO, José Augusto Mendes. **Jornalismo e narratividade em sintonia: um percurso teórico-conceitual pelos elementos da grande reportagem**. Estudos de Jornalismo e Mídia, v. 13, n. 2, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n2p66>. Acesso em: 18. out. 2020.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. **O lugar do longform no jornalismo on-line: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo**. In: 24º Encontro Anual da Compós, 2015, Brasília. 24º Compós – Anais. Brasília: Universidade de Brasília, 2015. v. 1, p. 1-19. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3c242f70-9168-4dfd-ba4c0b444ac7347b_2852.pdf. Acesso em: 19 out. 2020.

LONGHI, Raquel. **O turning point da grande reportagem multimídia**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 21, n. 3, 2014. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551017007>. Acesso em: 19 out. 2020.

LORENZ, Mirko. **Data driven journalism: What is there to learn?** 2010. Amsterdam, The Netherlands. Disponível em: http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj_paper_final.pdf. Acesso em: 10 set. 2020.

LORENZI, Rodrigo Henrique Leite. **A visualização de informação no jornalismo nativo digital**: uma análise do Nexa e do FiveThirtyEight. 2019. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Informação, Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/194888/001094645.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21 mar. 2021.

MAFRA, Érico. **Jornalismo de Dados**: transformação digital na produção e no consumo de notícias. *Rockcontent*, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/jornalismo-de-dados/>. Acesso em: 6 set. 2020.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. **Jornalismo de Dados**: conceito e categorias. *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 18, n. 1, p. 69-82, abr. 2016. Quadrimestral. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2016.181.07/5300>. Acesso em: 9 set. 2020.

MANUAL DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA. **A desinformação na história**. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/historia>. Acesso: 19 set. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas; 2005.

MEDEIROS, Anna Bárbara. **A Reportagem com Base na Extração, Análise e Visualização de Dados**. Florianópolis, SC, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/168042>. Acesso em: 10 set. 2020.

MELO, Seane Alves. **Discursos e práticas**: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil. 2015. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-19092016-155529/pt-br.php>. Acesso em: 06 abr. 2021.

MEYER, Philip. **Precision journalism: a reporter's introduction to social science methods**. Rowman & Littlefield Publishers, 2002. Tradução de Marcelo Soares, 2003.

MULLER, Angelo Arlindo. **Brasil Polarizado**: os discursos de incitação ao ódio na campanha presidencial de 2014. 2019. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8720>. Acesso em: 29 mar. 2021.

NASSIF, Tamara. Polarização no meio digital dificulta diálogo social. **Agência Universitária de Notícias**, São Paulo, julho 2019. Disponível em:

<http://www.usp.br/aun/index.php/2019/07/05/polarizacao-no-meio-digital-dificulta-dialogo-social/>. Acesso em: 29 mar. 2021.

OLLIVEIRA, Cecília; DEMORI, Leandro. Arsenal Global. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 16 dez. 2019. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/12/16/rio-municoes-balas-eua-bosnia-russia-guerra-fria/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

OLLIVEIRA, Cecília *et al.* Tá Tudo Dominado. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 5 abr. 2018. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2018/04/05/milicia-controle-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

PAULA FILHO, Wilson de Pádua. **Multimídia: Conceitos e Aplicações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Nacional, 2011. 349 p. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/121>. Acesso em: 24 mar. 2021.

PAVIANI, Jayme. **Epistemologia prática: ensino e conhecimento científico**. 2. ed. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2013.

PAVLIK, John. **Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital**. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. 25-52. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/121>. Acesso em: 24 mar. 2021.

PERDOMO, Nidiane Saldanha. **A função social do jornalismo no mercado de notícias**. Orientadora: Sandra de Fátima Batista de Deus. 2015. 62f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/34367>. Acesso em: 29. Mar. 2021

PEROSA, Teresa. **O Império da Pós Verdade**. O Globo, 25 abr. 2017. Disponível em: <http://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 20 set. 2020.

PILHOFER, Aron. **Novas abordagens para a narrativa**. In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de "*Data Journalism Handbook*". Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Nacional, 2011. 241 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1985-7/cfi/269!/4/4@0.00:0.00>. Acesso em: 20 mar. 2021

PRIBERAM. Dicionário. **Oxímoro**. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/ox%C3%ADmoro>. Acesso em: 02 out. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Giovanna. Para especialistas, mulheres são as principais vítimas na divulgação de informações falsas na internet. **Agência Câmara de Notícias**, 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/618014-para-especialistas-mulheres-sao-as-principais-vitimas-na-divulgacao-de-informacoes-falsas-na-internet/>. Acesso em: 15 maio. 2021

ROQUE, Tatiana; BRUNO, Fernanda. **A ponta de um iceberg de desconfiança**. In: BARBOSA, Mariana (Org.). Pós-verdade e *fake news* – reflexões sobre a guerra de narrativas. São Paulo: Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade**: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/268810050_Multimedialidade_informar_para_cinco_sentidos. Acesso em: 23. mar. 2021.

SANTOS, Kassia Nobre dos. **Em busca da credibilidade perdida**: a rede de investigação jornalística na era das *fake news*. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21857>. Acesso em: 29. set. 2020

SANTOS, Yara. M. **(In)visibilidades da grande reportagem**. In: 14º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2016, Palhoça. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2016/paper/viewFile/334/150>. Acesso em: 21. out. 2020

SAYURI, Juliana; SICURO, Rodrigo. Abusos no *Campus*. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 10 dez. 2019. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/12/10/mais-de-550-mulheres-foram-vitimas-de-violencia-sexual-dentro-de-universidades/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

SEINDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. **Objetividade e credibilidade midiática**: considerações sobre uma suposta relação. Contemporânea, v. 6, n. 2, 2008. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3532>. Acesso em: 3 out. 2020.

SERRA, Paulo. **A credibilidade da informação na web**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2006. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf>. Acesso em: 5 out. 2020.

SHANE, Scott. Pretexto do Vietnã foi forjado, diz pesquisa. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 1 nov. 2005. História. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft0111200511.htm>. Acesso em: 17 abr. 2021.

TADROS, Edmund. ***Swimming in the data stream: a 5-step guide to data journalism: It's time to lose your fear of spreadsheets and jump into the numbers.*** Sydney, AUS, 2012. Disponível em: <http://www.edmundtadros.com/swimming-in-the-data-stream-a-5-step-guide-to-data-journalism/1023>. Acesso em 10 set. 2020.

TESICH, Steven. ***A Government of Lies.*** *The Nation*, Estados Unidos, 6 jan. 1992. *The Watergate Syndrome*. Disponível em: <https://www.questia.com/read/1G1-11665982/a-government-of-lies>. Acesso em: 19 set. 2020.

TIBURI, Márcia. **Pós-verdade, pós-ética:** uma reflexão sobre delírios, atos digitais e inveja. In: DUNKER, C. *et al.* Ética e pós-verdade. Porto Alegre: Dublinense, 2017. Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405837437/Etica-e-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Jornalismo guiado por dados: relações da cultura hacker com a cultura jornalística.** XXII Encontro Anual da COMPÓS. Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p291>. Acesso em: 10 set. 2020.

VERMANEN, Jerry. **Atualizando seu conjunto de competências.** In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo.** Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

ZARZALEJOS, José Antônio. **Comunicação, jornalismo e fact-checking.** Revista Uno. n. 27, 2017. Disponível em: http://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf. Acesso: 11 set. 2020.

APÊNDICE A – PROJETO DE PESQUISA TCC I

Projeto de pesquisa realizado no semestre 2020/4.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

RAQUEL DA SILVA CARVALHO

**A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE DADOS PARA A CREDIBILIDADE
JORNALÍSTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE**

Caxias do Sul

2020

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE JORNALISMO**

RAQUEL DA SILVA CARVALHO

**A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO DE DADOS PARA A CREDIBILIDADE
JORNALÍSTICA NA ERA DA PÓS-VERDADE**

Projeto de TCC apresentado como
requisito para aprovação na disciplina de
Trabalho de Conclusão de Curso I

Orientador: Prof. Dr. Marcell Bocchese

Caxias do Sul

2020

INTRODUÇÃO

Há cerca de 4 ou 5 anos, era comum ouvir frases como “o jornalismo está morrendo” ou “ninguém mais precisa do jornalismo quando a informação está disponível nas redes sociais”. Além disso, muitos pais e parentes, inclusive, desaconselharam seus filhos a cursar Jornalismo por desacreditarem o futuro da profissão. Com certeza esse tipo de dúvida ainda encontra terreno fértil na mente de muitas pessoas. Contudo, o jornalismo mostra sua força ao inovar em seus processos e no que é oferecido aos seus leitores.

Uma dessas inovações é o Jornalismo de Dados, que apesar de ter surgido na década de 1980 com Philip Meyer, ganhou inúmeras possibilidades de aplicação na atualidade com a evolução das ferramentas disponíveis e leis de acesso à informação. Seja para investigar a representação feminina nos nomes de ruas do Brasil, seja para analisar gastos de políticos, o jornalismo de dados revela informações precisas e relevantes sobre diversos temas importantes. Para isso, utiliza informações provenientes de bases de dados.

Não apenas a importância do curso vem sendo questionada, como também o papel do jornalismo na sociedade. Motivo disso é que o Brasil e o mundo enfrentam ondas de polarização política, abundância de informações nas redes sociais e disseminação massiva de informações falsas. Todos esses fatores têm pesado sobre a credibilidade e confiabilidade jornalística.

Posto isso, torna-se importante pesquisar de que maneira o jornalismo de dados pode contribuir para a retomada de credibilidade do jornalismo nesse momento atribulado pela pós-verdade e desinformação. Pois, ao desenvolver um projeto sobre determinado problema, o pesquisador o coloca em foco e possibilita que mais pessoas tomem conhecimento do tema/problema.

Portanto, esse projeto contempla em seus capítulos o jornalismo de dados, pós-verdade, credibilidade jornalística e o jornalismo em profundidade. O tema do projeto procura analisar a contribuição do jornalismo de dados para a credibilidade jornalística na era da pós-verdade. Dessa forma, esse projeto tem por objetivo compreender como o jornalismo de dados pode contribuir no fortalecimento da credibilidade jornalística em tempos marcados pela pós-verdade e *fake news*.

Em primeiro lugar, apresenta o que é jornalismo de dados, como surgiu e quais as suas características. Em seguida, aprofunda-se no que Tesich (1992) e Keyes

(2018) definem como a era da pós-verdade, bem como sua influência no processo de desconstrução da verdade, por meio de *fake news*, meias verdades e inverdades. Logo depois, aborda o conceito de credibilidade e sua relevância quando atrelada ao fazer jornalístico.

Para que um meio de comunicação possa se manter firme no seu papel social, além do princípio da credibilidade, também é essencial a produção de conteúdos completos e bem trabalhados. Dessa forma, o último conceito analisa o que é jornalismo em profundidade e suas diversas formas de aplicação, como livro-reportagem, grandes reportagens impressas ou *on-line* e, mais recentemente, no jornalismo *longform*, um conteúdo noticioso que utiliza as ferramentas características da *internet*.

2 TEMA

A contribuição do jornalismo de dados para a credibilidade jornalística na era da pós-verdade.

3 JUSTIFICATIVA

O Relatório de Notícias Digitais 2019 (*Digital News Report*), elaborado pelo Instituto *Reuters*, divulgado em junho de 2019, mostrou dados relevantes sobre o mercado jornalístico e os hábitos de consumo de notícias dos usuários na *internet*. Dados preocupantes, aliás.

O estudo mostra que a queda de confiança na imprensa caiu dois pontos percentuais, de 44% para 42%. Essa descrença é ainda mais perceptível em relação às informações obtidas em mecanismos de busca como o *Google* e redes sociais como o *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.

Pior ainda, quando as pessoas desconfiam de tudo e de todos, elas simplesmente passam a evitar consumir informações. Esse é o caso de 32% dos entrevistados. Tais dados corroboram com a visão de que a popularidade dos meios de comunicação está em baixa.

O cenário de caos político, o mundo polarizado e o prevalecimento de opiniões pessoais sobre fatos, aliado à força das redes sociais contribuem para o fortalecimento de uma era da desinformação. Além disso, o processo de deslegitimação do jornalismo cria um terreno fértil para o fortalecimento do fenômeno conhecido como pós-verdade.

Na pós-verdade, a verdade ganha mais contornos de subjetividades. As opiniões pessoais prevalecem e possuem mais relevância sobre os fatos. Em tal cenário, o jornalismo de dados tem despontado como um aliado do jornalismo convencional na busca pelo restabelecimento da confiança da sociedade.

Essa mudança, aparentemente, parte de agências checadoras de fatos e espalha-se pelos meios de comunicação tradicionais. O jornalismo inicia uma tentativa de aproximação com o cidadão do fazer jornalístico e reforça o seu propósito de desmistificar ideias equívocas e teorias da conspiração.

Disputas de opiniões, o alcance massivo das redes e a ação de pessoas que se aproveitam desse cenário são os desafios dessa época. Nisso reside a importância do estudo desta temática para compreender melhor essa problemática e seus possíveis impactos.

A partir de pesquisas como esta, será possível um maior conhecimento sobre o problema, visto que este projeto reúne conhecimento de diversos estudiosos que

dedicam ou dedicaram seus esforços para analisar o assunto. Dessa forma, projeta-se que a pesquisa irá ampliar o espaço para o debate de tal temática.

4 QUESTÃO NORTEADORA

De que maneira o jornalismo de dados pode contribuir para a reafirmação da credibilidade do jornalismo frente à disseminação de *fake news* nas redes sociais?

5 HIPÓTESES

O fazer jornalístico dotado de conteúdo aprofundado, com a contribuição fundamental do jornalismo de dados, reafirma o papel significativo do jornalismo na sociedade.

No processo de reafirmação da credibilidade jornalística, o jornalismo de dados desempenha um papel importante, entretanto, somente quando este é empregado junto a outros recursos, estilos e ferramentas jornalísticas.

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GERAL

Estudar o jornalismo de dados, buscando perceber como essa forma de jornalismo pode contribuir no fortalecimento da credibilidade jornalística em tempos marcados pela pós-verdade e *fake news*.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar a contribuição da utilização de dados para o jornalismo em profundidade;
- Investigar um possível processo de descredibilização do jornalismo contemporâneo;
- Verificar algumas circunstâncias que indicam como a era da pós-verdade e as *fake news* afetam a credibilidade jornalística.

7 METODOLOGIA

A palavra metodologia deriva do grego “*meta*” (ao largo), “*odos*” (caminho) e “*logos*” (discurso ou estudo). Metodologia consiste em estudar os diversos métodos de uma pesquisa acadêmica. Prodanov e De Freitas (2013) explicam que a metodologia busca a resolução do problema investigado por meio de métodos, técnicas de coleta e processamento das informações. Já para Paviani (2013), o metodológico diz respeito a três questões. Primeiro, ao caminho escolhido, em segundo, aos instrumentos e às técnicas utilizadas para obter dados e evidências e, em um terceiro, aos processos de análise, compreensão e interpretação.

Conforme Gil (2002), a parte metodológica da pesquisa acadêmica deve descrever os procedimentos utilizados. Para o autor, apesar de cada pesquisa ter sua singularidade, é primordial que o projeto contenha algumas informações essenciais. Gil (2002) destaca que o pesquisador deve esclarecer o tipo de pesquisa empregado, ou seja, se ela será de natureza exploratória, descritiva ou explicativa. Além disso, o pesquisador deve explicar se o tipo de delineamento adotado será experimental ou descritivo. E, ainda, se a pesquisa se configura como levantamento, estudo de caso ou pesquisa bibliográfica.

Na pesquisa exploratória, o pesquisador busca trazer mais conhecimento sobre o problema, ou seja, procura tornar o objeto de pesquisa mais explícito. De acordo com Figueiredo (2007), a pesquisa exploratória geralmente assume a forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso e seu objetivo principal é aprimorar a ideia.

A pesquisa descritiva, por sua vez, busca descrever as características de um determinado grupo ou fenômeno (FIGUEIREDO, 2007). Além disso, a pesquisa descritiva busca estabelecer relações entre variáveis por meio de questionários e observação. “Esse é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, pois explica a razão dos fatos.” (FIGUEIREDO, 2007, p. 112).

Para Gil (2002), no espaço destinado à metodologia, deve-se mencionar também a população e a amostra do universo estudado, por exemplo, qual será sua extensão e como será selecionada. O autor também discorre sobre a coleta de dados, principalmente quanto à descrição das técnicas utilizadas na coleta de dados. Por fim, Gil (2002) destaca que a etapa de análise dos dados, seja qualitativa, quantitativa ou quanti-qualitativa, também deve ser mencionada.

Figueiredo (2007) explica que a análise dos dados pode ser realizada por meio da pesquisa quantitativa, onde a análise é feita de modo estatístico e, geralmente, se aplica aos estudos exploratórios que exigem um conhecimento aprofundado do objeto de pesquisa. Já a pesquisa qualitativa está voltada para a busca dos significados, dos sentimentos. Conforme Figueiredo (2007, p. 113-114), as pesquisas qualitativas “trabalham com dados não quantificáveis, coletam e analisam materiais pouco estruturados e narrativos, que [...] requerem o máximo envolvimento por parte do pesquisador”. A autora complementa que a pesquisa qualitativa produz grandes volumes de dados narrativos e dispensa grandes amostras, já que o foco é a qualidade das narrativas e não a quantidade.

Appolinário (2006, p. 137) destaca que duas etapas são muito importantes na metodologia científica, sendo eles “os instrumentos de pesquisa e a organização dos dados depois que esses instrumentos são aplicados”. Além disso, o autor reforça que o objetivo que se deseja alcançar e o tipo de técnica empregada são aspectos relevantes a serem considerados.

A metodologia seria, portanto, a escolha do melhor método para solucionar o problema de pesquisa, conforme Diehl e Tatim (2004). Os autores destacam que o método deriva da metodologia e diz respeito ao conjunto de processos que tornam possível desenvolver certos procedimentos. Paviani (2013) complementa tal argumento ao afirmar que o método não é algo isolado. Ele se apresenta na definição dos objetivos, na formulação do problema e na escolha da teoria.

7.1 MÉTODO

Também derivada do grego, a palavra método vem de “*méthodos*”, composta por “*metá*” (através de) e “*hodós*” (caminho). Paviani (2013) conta que o método se originou da metáfora que indica um caminho, orientação ou meios para alcançar um objetivo. O conceito de método está “[...] intimamente ligado ao conceito de processo de investigação científica, que tem por objetivo produzir novos conhecimentos e modos de intervenção na realidade.” (PAVIANI, 2013, p. 61).

Para Marconi e Lakatos (2005), o método permite alcançar conhecimentos válidos e verdadeiros por meio de atividades sistemáticas e racionais. Essas atividades traçam o caminho, apontam erros e guiam o pesquisador. Segundo Paviani

(2013), o método possui duas formas de interpretação. No seu sentido estrito, diz respeito a um modo básico de conhecer, já no sentido geral contempla um conjunto de regras, instrumentos, técnicas e procedimentos. De forma geral, Prodanov e De Freitas (2013) reforçam que o método científico é um conjunto de etapas a serem seguidas durante a investigação científica.

De acordo com os autores, houve muitas tentativas de criar um método único que abarcasse todas as ciências e ramos do conhecimento. Contudo, essas tentativas resultaram na criação de correntes de pensamentos muitas vezes conflitantes entre si. “Na atualidade, já admitimos a convivência e até a combinação, de métodos científicos diferentes, dependendo do objeto de investigação e do tipo de pesquisa.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 25).

Devido à diversidade dos métodos existentes, conforme explicam Prodanov e De Freitas (2013), eles são classificados em método de abordagem ou de procedimento.

7.1.1 Método de abordagem

Um dos métodos de abordagem é o método indutivo. Esse método foi proposto pelos empiristas Francis Bacon, Thomas Hobbes, John Locke e David Hume. Prodanov e De Freitas (2013) esclarecem que no método indutivo ocorre a generalização. A questão parte de algo particular e é aplicada a uma questão mais ampla, ou seja, a indução parte de um fenômeno particular para chegar a uma lei geral. Os autores ressaltam que esse processo ocorre por meio da observação e da experimentação. O método indutivo não leva em conta princípios preestabelecidos, mas sim, conhecimentos gerados pela experimentação: “O objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p. 87).

Ainda de acordo com Marconi e Lakatos (2005), a indução se dá por meio de três etapas. Na primeira, ocorre a observação rigorosa dos fenômenos e acontecimentos. Na segunda, há a descoberta da relação entre esses fenômenos. Por meio de experimentos, ocorre a classificação dos fatos e a determinação da sua causa. Por fim, a última etapa trata da generalização. Nessa etapa, extrai-se uma conclusão geral a partir da observação.

Já no método dedutivo, ocorre o contrário. Marconi e Lakatos (2005, p. 92) ressaltam que “os argumentos indutivos aumentam o conteúdo das premissas, com sacrifício da precisão, ao passo que os argumentos dedutivos sacrificam a ampliação do conteúdo para atingir a 'certeza'”. O método dedutivo foi proposto pelos racionalistas René Descartes, Baruch Spinoza e Wihelm Leibniz, e pressupõe que só a razão pode levar ao conhecimento verdadeiro. Por isso, os argumentos dedutivos ou estão corretos ou incorretos, não existindo meio termo, conforme explicam Marconi e Lakatos (2005).

Por sua vez, o raciocínio dedutivo ocorre de forma decrescente, pois parte do geral e desce ao particular. Dessa forma, ele parte de princípios considerados verdadeiros e indiscutíveis e encontra casos particulares. Para isso, conforme Diehl e Tatim (2004), os principais instrumentos utilizados nesse método são os teoremas, os princípios e as definições. Esse método usa “a construção lógica para, a partir de duas premissas, retirar uma terceira logicamente decorrente das primeiras, denominada de conclusão.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 27).

Por outro lado, o método hipotético-dedutivo, proposto por Karl Popper, estabelece que quando não há conhecimento suficiente sobre um assunto, surge o problema. A partir do problema, se formam hipóteses que tentam explicar o fato. Após formuladas, essas hipóteses devem ser testadas ou falseadas. É o processo de inferência indutiva. A pesquisa científica, que utiliza a abordagem hipotético-dedutiva, descreve o problema de forma clara e precisa “a fim de facilitar a obtenção de um modelo simplificado e instrumentos [...] que auxiliarão o pesquisador em seu trabalho.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 32).

Há também o método dialético, proposto por Georg Wilhelm Hegel. Esse método prega que nada está finalizado. Conforme Marconi e Lakatos (2005) esse modelo apresenta a mudança dialética. As contradições se renovam e se transformam, desenvolvem-se e dão origem a novas contradições. O fim de um processo representa o começo de outro. Os fatos existem como um todo dependente e unidos uns aos outros, não existindo de forma isolada. Diehl e Tatim (2004) ressaltam que esse método é usado em pesquisas qualitativas, pois busca a interpretação da realidade. É um método segundo o qual “[...] os fatos não podem ser tomados fora de um contexto social, político, econômico.” (DIEHLL; TATIM 2004, p. 50).

Por último, o método fenomenológico consiste em mostrar o que é dado e esclarecer esse dado. De acordo com Prodanov e De Freitas (2013), não se trata nem de um método dedutivo, nem de um método indutivo. O modelo foi apresentado por Edmund Husserl e se concentra na descrição da experiência como ela de fato é, livre de pressupostos. É empregada geralmente na pesquisa qualitativa.

Ainda, conforme Prodanov e De Freitas (2013), o método fenomenológico limita-se apenas aos aspectos essenciais do fenômeno, independentemente da sua natureza real ou fictícia. Logo, não se concentra em aspectos desconhecidos por trás do fenômeno, só busca o dado. A regra fundamental desse método é avançar para as próprias coisas. “Por coisa, entendemos o dado, o fenômeno, aquilo que é visto diante da consciência. A fenomenologia só visa o dado, sem querer decidir se esse dado é uma realidade ou uma aparência.” (PRODANOV; DE FREITAS, 2013, p. 35).

7.1.2 Métodos de procedimento

Ao contrário dos métodos de abordagem, mais gerais, os métodos de procedimento são etapas mais concretas da pesquisa científica. Segundo Marconi e Lakatos (2005), sua finalidade é menos abstrata e mais voltada à explicação dos fenômenos. Os principais métodos de procedimento das ciências sociais incluem os métodos histórico, comparativo, monográfico (ou estudo de caso), estatístico, tipológico, funcionalista e estruturalista.

No método histórico, comum nas pesquisas qualitativas, o pesquisador volta-se ao estudo de acontecimentos do passado para averiguar sua influência na atualidade, de acordo com Prodanov e De Freitas (2013). É fundamental, nesse método, compreender sua natureza, visto que “[...] as instituições alcançaram sua forma atual através de alterações ao longo do tempo, influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p. 107).

O método comparativo, outro método de procedimento, é utilizado para estudar diferenças por meio de comparações. Prodanov e De Freitas (2013) destacam que ele verifica semelhanças e busca explicar divergências. Dessa maneira, permite analisar o dado concreto, deduzindo elementos constantes, abstratos ou gerais nele presentes.

Da mesma forma, o método tipológico apresenta algumas características semelhantes ao método comparativo, pois procura comparar fenômenos sociais complexos, segundo Marconi e Lakatos (2005). Ao analisar aspectos essenciais dos fenômenos e realizar essas comparações, o pesquisador cria modelos para compreensão de casos concretos.

Já o método monográfico, ou estudo de caso, conforme Marconi e Lakatos (2005), diz respeito ao estudo de um tema escolhido analisando todos os fatos que influenciam tal tema e verificando todos seus aspectos. O método monográfico procura obter generalizações por meio do estudo de determinados indivíduos ou grupos.

Por outro lado, o método estatístico, proposto por Adolphe Quetelet, utiliza processos estatísticos para obter representações simples derivadas de conjuntos complexos. A partir disso, analisa se elas têm relação entre si, conforme explicam Marconi e Lakatos (2005). Prodanov e De Freitas (2013) complementam que o método estatístico possibilita uma descrição quantitativa da sociedade. Por meio de experimentação e observação, os métodos estatísticos garantem um reforço das conclusões obtidas.

Dentre os métodos de procedimento que consideram mais a interpretação do que a investigação, há também o método funcionalista. Segundo Marconi e Lakatos (2005), esse método considera que a sociedade se constitui de partes diferenciadas, inter-relacionadas e interdependentes. Sendo que, conforme os autores, cada uma dessas partes desempenha uma função essencial. Portanto, o método funcionalista busca compreender cada função e, com isso, perceber a sociedade por meio de suas unidades ou de um sistema organizado de atividades.

Por fim, o método estruturalista, desenvolvido por Claude Lévi-Strauss, parte de um caminho concreto para o abstrato e retorna ao concreto. Marconi e Lakatos (2005) esclarecem que ele retorna ao nível concreto com um modelo que representa o objeto de estudo e é capaz de analisar a realidade de diversos fenômenos. O método estruturalista considera que uma linguagem abstrata é indispensável para garantir a comparação entre experiências.

Neste projeto, será aplicada a pesquisa exploratória, buscando tornar o objeto de pesquisa mais explícito e trazer maior familiaridade com o tema por meio de levantamento bibliográfico. Ou seja, consultas bibliográficas em livros, periódicos, artigos, teses, *sites* e documentos virtuais. Quanto ao método da pesquisa, será

hipotético-dedutivo, pois possui uma pergunta sem resposta para a qual foram formuladas hipóteses que devem ser falseadas durante o projeto. Em relação ao método de procedimento, será aplicada a análise de conteúdo, buscando visualizar um novo significado da mensagem.

7.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Esta pesquisa visa aplicar a análise de conteúdo em reportagens do jornal *The Intercept* Brasil (TIB) cuja construção apresenta jornalismo de dados. Após a coleta dos dados, a etapa seguinte requer a análise e interpretação do conteúdo obtido. Conforme Marconi e Lakatos (2005), a análise constitui o núcleo central da pesquisa. “Análise (ou explicação) é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores.” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p. 167).

As autoras categorizam a análise de conteúdo como um método que permite a descrição do conteúdo de forma sistemática, objetiva e quantitativa. Esse procedimento específico da análise de conteúdo busca extrair generalizações para produzir categorias conceituais que possam ser operacionalizadas em outros estudos.

Já Bardin (2016) conceitualiza a análise de conteúdo como instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” (conteúdos e continentes) diversos. Segundo a autora, a análise de conteúdo pode ser realizada de diversas formas, mas todas possuem em comum a hermenêutica controlada baseada na dedução: a inferência. A autora destaca que essas deduções lógicas são capazes de responder quais consequências o conteúdo vai provocar e as inferências podem responder quais serão os possíveis efeitos daquela mensagem.

Para Bardin (2016), a análise de conteúdo atrai o pesquisador para o que está oculto, o não aparente, o potencial do inédito ou daquilo que não foi dito e que se encontra retido sob alguma mensagem. Portanto, esta pesquisa busca o que Bardin (2016, p. 24) define como enriquecimento da leitura, pois “[...] a leitura efetuada pelo analista, do conteúdo das comunicações, não é [...] uma leitura “à letra”, mas antes o realçar de um sentido que figura em segundo plano.” (BARDIN, 2016, p. 24).

Ora, se em um primeiro olhar, a leitura já acrescenta diversas informações pertinentes e produtivas, por meio da análise de conteúdo será possível localizar conteúdos e estruturas que confirmam ou não “[...] o que se procura demonstrar a

propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações.” (BARDIN, 2016, p. 18).

Logo, esta pesquisa tem por objetivo a administração da prova. Para isso, aplica a análise sistemática de conteúdo em determinada mensagem com o objetivo de confirmar ou negar as hipóteses provisórias. Bardin (2016) define esse processo como análise de conteúdo para servir de prova.

Devido ao material da análise, utilizam-se como unidades de codificação o conteúdo textual e visual dos objetos analisados. De acordo com Bardin (2016), esse conteúdo, por si só, não constitui uma verdadeira comunicação, visto que não representa um conjunto de significados, entretanto atua como índice. “O analista semiólogo pode considerá-los uma mensagem e submetê-los à análise de conteúdo para os fazer falar.” (BARDIN, 2016, p. 22).

A análise de conteúdo, ainda segundo a autora, pode ser dividida nas fases de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e, por fim, inferência e interpretação. Na pré-análise, os documentos a serem analisados são selecionados, as hipóteses são formuladas e os indicadores que fundamentam a interpretação são escolhidos.

Conforme Bardin (2016), levando em consideração a questão a ser resolvida e a natureza do material de análise, o pesquisador possui ou cria um esquema de análise. Além do mais, pode utilizar-se de uma ou mais operações em complementaridade, “[...] de modo a enriquecer os resultados, ou aumentar a sua validade, aspirando assim a uma interpretação final fundamentada.” (BARDIN, 2016, p. 25).

Para esta pesquisa, as reportagens a serem analisadas foram selecionadas, enquanto as hipóteses buscam confirmar ou negar se o jornalismo de dados contribui para a retomada de credibilidade do jornalismo.

Quanto aos indicadores que fundamentam essa interpretação, pretende-se analisar as reportagens com base nos critérios de credibilidade, quantidade e qualidade de fontes. Além disso, essa pesquisa tem o intento de pontuar o que o jornalismo de dados tem a contribuir, por meio da análise de conteúdo em relação aos dados presentes nas reportagens, as relações entre eles, as fontes desses dados e a presença ou não de outras ferramentas que auxiliam e fortalecem o jornalismo contemporâneo.

7.2.1 *Corpus*

Este subcapítulo detalha o *corpus* que será objeto da análise de conteúdo. Bardin (2016) destaca que após demarcar o gênero de documentos a serem analisados, é preciso constituir o *corpus* da análise. A autora esclarece que o *corpus* trata do conjunto de documentos que serão submetidos aos procedimentos analíticos. Além disso, a escolha desse *corpus* implica escolhas, regras e seleções.

Portanto, o *corpus* dessa pesquisa é constituído com base nas regras apresentadas por Bardin (2016). O *corpus* se constitui de três reportagens da agência de notícias *The Intercept* Brasil que apresentam dados e outros recursos em sua composição. Este meio de comunicação foi escolhido para análise pelo jornalismo combativo, composto por investigações aprofundadas e análises centradas em temas relevantes como, por exemplo, política, corrupção, meio ambiente, segurança pública, tecnologia etc.

Para essa análise, foram selecionadas três reportagens que compõem uma amostra representativa. Ou seja, obedecem à regra de representatividade, na qual a análise, conforme destaca Bardin (2016, p. 64), pode “efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. Neste caso, os resultados obtidos para a amostra serão generalizados ao todo”. Ademais, as reportagens selecionadas procuram seguir a regra de pertinência, visto que, enquanto fonte de informação, correspondem ao objetivo que a análise se propõe.

A quantidade estabelecida de três reportagens se deve ao fato deste projeto possuir um caráter de análise qualitativa, visto que esse método funciona de maneira mais efetiva e estabelece categorias mais discriminantes sobre um *corpus* reduzido. Bardin (2016) destaca que a análise qualitativa é válida na elaboração de deduções precisas sobre um acontecimento.

As três reportagens foram escolhidas devido à extensão do seu conteúdo, à temática principal, à presença de recursos auxiliares (infográficos, vídeos, gráficos) e, principalmente, por conterem dados em sua construção. A primeira reportagem, publicada em 5 de abril de 2018, é a quinta parte de uma série de 12 reportagens sobre o controle das milícias e o assassinato de Marielle Franco e Anderson Carmo no Rio de Janeiro.

Escrita por Oliveira *et al.* (2018) e intitulada “Tá tudo dominado: as milícias assumiram o controle do Rio de Janeiro”, a reportagem contém um levantamento inédito feito pelo *The Intercept* Brasil, com base em informações do Disque Denúncia. A reportagem mostra que, das 6.475 ligações anônimas que o serviço recebeu em 2016 e 2017, 65% delas denunciam milicianos. Como não há dados sistematizados pelo governo sobre o avanço das milícias no Rio, o volume de denúncias – analisadas por palavras-chave – são um forte indicativo dos caminhos do crime organizado.

A segunda reportagem foi publicada em 10 de dezembro de 2019 por Sayuri e Sicuro (2019), nomeada “Abuso no *Campus*”, e retrata a violência sofrida por mulheres nos *campus* universitários. O levantamento feito pelo *Intercept* indica que, desde 2008, pelo menos 556 mulheres, entre estudantes, professoras e funcionárias, foram vítimas de algum tipo de violência em instituições de ensino superior. A análise partiu de 209 ocorrências levadas às instituições.

Já a terceira reportagem, “Arsenal Global”, publicada em 16 de dezembro de 2019, aborda também a violência do Rio de Janeiro, mas sob uma visão diferente da primeira reportagem. Em 2018, durante 100 dias, Oliveira e Demori (2019) realizaram um trabalho jornalístico inédito: rodaram por 27 bairros da cidade do Rio de Janeiro nos instantes posteriores a trocas de tiros e coletaram do chão 137 cápsulas de munição para responder de onde vêm as balas que empilham corpos pela cidade nas operações sanguinolentas.

8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

8.1 JORNALISMO DE DADOS

A integração entre jornalismo e dados não se trata de um fenômeno novo. Segundo Gray, Bounegru e Chambers (2014), o primeiro exemplo de jornalismo de dados remonta a 1821, no jornal *Guardian*. Isso ocorreu por meio do vazamento de uma tabela com dados sobre as escolas de Manchester, nos Estados Unidos. A tabela listava o número de alunos que frequentavam as escolas e os custos por aluno. A partir dessas informações, foi possível mensurar a quantidade de alunos que recebiam ensino gratuito, visto que os dados da tabela contrariavam os números oficiais.

Conforme Gray, Bounegru, Chambers (2014), outro exemplo inicial de Jornalismo de Dados pode ser encontrado na Europa. Em 1858, Florence Nightingale usou gráficos para defender melhorias na saúde. O relatório “*Mortality of the British Army*”, publicado em 1858, continha gráficos visuais demonstrando que a principal causa da morte dos soldados eram doenças evitáveis contraídas no hospital em vez de balas.

Pode-se observar outros exemplos de usos isolados e pioneiros de jornalismo com auxílio de dados e computação. Em 1952, a CBS se valeu da Reportagem Assistida por Computador (RAC), em inglês *Computer-Assisted Reporting* (CAR), para verificar o resultado da eleição presidencial. Desde a década de 1960, “jornalistas têm procurado monitorar o poder de forma independente, analisando bancos de dados de registros públicos com métodos científicos.” (GRAY; BOUNEGRU; CHAMBERS, 2014, p. 29).

Dessa forma, o jornalismo de dados é uma evolução do jornalismo derivada de outros modelos anteriores. O modelo de “Jornalismo de Precisão” é um deles. O termo foi cunhado na década de 1970 pelo jornalista Philip Meyer. Para Meyer (2002), a prática jornalística deveria incluir a aplicação de métodos de pesquisa de ciências sociais e comportamentais.

O Jornalismo de Precisão nasceu em resposta ao “Novo Jornalismo”³¹. Esse modelo aplicava técnicas de ficção às narrativas jornalísticas. O jornalista Philip Meyer discordava da escrita literária e, em vez disso, propunha uma aproximação do jornalismo ao método científico. “Uma solução melhor é empurrar o jornalismo para o lado da ciência, incorporando suas poderosas ferramentas de coleta e análise de dados e sua busca disciplinada pela verdade verificável.” (MEYER, 2002, p. 3).

Contudo, ações como as de Philip Meyer representavam iniciativas isoladas. Foi graças à popularização dos microcomputadores nas redações jornalísticas, entre 1980 e 1990, que o Jornalismo de Precisão alavancou. Mas a nomenclatura teve vida curta, pois conforme explica Träsel (2013), o termo “Jornalismo de Precisão” acabou sendo abandonado e substituído por “Reportagem Assistida por Computador”. Este último, na primeira década dos anos 2000, também foi alterado para “Jornalismo de Dados” ou “Jornalismo Guiado por Dados”.

Depois do Jornalismo de Precisão e o surgimento das redações informatizadas, a popularização da *internet* impulsionou de vez o jornalismo de dados no mundo. Isso porque permitiu a criação de bases de informação facilmente acessíveis. Entretanto, “[...] boa parte do volume de dados gerados não era usada com intensidade pelos jornalistas até o fim da década de 2000, pela dificuldade dos profissionais em lidar com a complexidade das correlações estatísticas.” (MAFRA, 2019). Mafra (2019) ainda explica que esse problema logo seria contornado pelo surgimento de ferramentas gratuitas que organizam automaticamente os dados.

³¹ O Novo Jornalismo ou Jornalismo Literário surgiu nos anos 1960 e modificou a forma de fazer jornalismo. Wolfe (2005) destaca que o diferencial do Novo Jornalismo era utilizar o narrador para chegar ao leitor, não de forma comum, mas ao intimidá-los, insultá-los, provocá-los com ironia. Se um “[...] novo estilo literário pudesse ter origem no jornalismo, era razoável achar que o jornalismo podia aspirar a algo mais que a simples imitação daqueles gigantes envelhecidos, os romancistas.” (WOLFE, 2005, p. 39). Essa nova forma de escrever rompe todos os padrões do jornalismo. “A ideia era dar a descrição objetiva completa, mais alguma coisa que os leitores sempre tiveram de procurar em romances e contos: a vida subjetiva ou emocional dos personagens.” (WOLFE, 2005, p. 37). O autor complementa que por volta de 1966, surgiram reportagens extraordinárias escritas por jornalistas capazes de adentrar em qualquer ambiente em busca de uma boa história. Além disso, Wolfe (2005) destaca que o Novo Jornalismo mostrou algo bem interessante nos anos 1960: jornalistas aprendendo as técnicas do realismo, adquiridas por meio da experiência e do erro. Os jornalistas começaram a descobrir os “recursos que deram ao romance realista seu poder único, conhecido entre outras coisas por seu “imediatismo”, sua “realidade concreta”, seu “envolvimento emocional”, sua qualidade “absorvente” ou “fascinante”.” (WOLFE, 2005, p. 53). Wolfe é reconhecido por agregar elementos como pontuação constante e modo de escrever voltado a reproduzir a maneira de pensar das pessoas. Dessa forma, o Novo Jornalismo vai além de narrar o fato, ele agrega elementos de narrativa escrita com elementos literários. Alguns autores desse movimento foram Gay Talese, Jimmy Breslin, Hunter S. Thompson, Joan Didion, John Sack e Michael Herr, além do próprio Tom Wolfe.

O termo “*Data-Driven Journalism*”³² foi empregado pela primeira vez em 2006, pelo fundador do *Every Block*, Adrian Holovaty. Para Holovaty, “[...] os jornalistas devem publicar dados estruturados e legíveis por máquina, ao lado da tradicional ‘grande bolha de texto’” (GRAY; BOUNEGRU; CHAMBERS, 2014, p. 28).

Se antes as redações eram abarrotadas de papéis e arquivos, o computador e a *internet* mudaram esse cenário. O que antes demoraria horas para ser localizado nos arquivos, agora pode ser facilmente encontrado no computador. Dessa forma, o Jornalismo de Dados trouxe a liberdade de consultar informações diversas, “[...] o que aumenta as possibilidades de pesquisas e reduz o tempo de procura, tornando mais práticos processos antes demorados e dispendiosos.” (JANSEN, 2011, p. 6).

Não há um amplo consenso sobre o que exatamente é o Jornalismo de Dados. Portanto, neste projeto será utilizada a definição de alguns estudiosos da área. Esses conceitos foram extraídos, principalmente, do livro “*The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News*”³³ e do artigo “*Data-driven journalism: What is there to learn?*”³⁴.

Segundo Bradshaw (2014), conceituar jornalismo de dados simplesmente como jornalismo feito com dados não seria de grande ajuda. Nota-se:

Tanto “dados” quanto “jornalismo” são termos problemáticos. Algumas pessoas pensam em “dados” como qualquer coleção de números, provavelmente reunidos em uma planilha. Há 20 anos, esse era praticamente o único tipo de dado com o qual os jornalistas lidavam. Mas agora vivemos em um mundo digital, um mundo em que quase tudo pode ser – e quase tudo é – descrito com números. (BRADSHAW, 2014, p. 6).

Na definição de Bradshaw (2014), os dados podem ser tanto a fonte para o jornalismo de dados quanto a ferramenta na qual a história é contada, ou até mesmo, os dois. Além disso, o autor ressalta que os dados são semelhantes a qualquer fonte do jornalismo. Ou seja, devem ser tratados com ceticismo e utilizados com a consciência de que são ferramentas capazes de moldar e restringir as histórias.

De acordo com Träsel (2013, p. 2), o jornalismo de dados é aquele onde o ponto comum na produção de notícias é ter como principal fonte de informação o uso de dados. Para o autor, esse modelo jornalístico produz, trata e cruza grande

³² Jornalismo de Dados, na tradução livre.

³³ Manual de Jornalismo de Dados: Como os jornalistas podem usar dados para melhorar as notícias, na tradução livre.

³⁴ Jornalismo baseado em dados: O que há para aprender?, na tradução livre.

quantidade de dados. Logo, algumas das principais características do jornalismo de dados é “[...] permitir maior eficiência na recuperação de informações, na apuração de reportagens a partir de conjuntos de dados, na circulação em diferentes plataformas e na geração de visualizações e infografias.” (TRÄSEL, 2013, p. 2).

Träsel (2013, p. 4) argumenta de maneira semelhante à Meyer (2002): para ele, o Jornalismo de Dados “tem por objetivo impulsionar o jornalismo para longe do senso comum, em direção à ciência, através da aplicação de tecnologias e métodos da informática”. Além disso, conforme o autor, o Jornalismo de Dados busca introduzir a racionalidade científica na produção jornalística.

Por outro lado, alguns autores definem o Jornalismo de Dados pelo aspecto técnico. Pilhofer (2014) define jornalismo de dados como um conjunto abrangente de ferramentas, técnicas e abordagens para contar histórias. Contudo, para ele, o “objetivo unificador é jornalístico: fornecer informações e análises para ajudar a nos informar sobre questões importantes do dia.” (PILHOFER, 2014, p. 11-12)

Há ainda autores que relacionam o Jornalismo de Dados ao jornalismo cotidiano. Tadros (2012) afirma que todo jornalismo, na verdade, é jornalismo de dados. Quando aprofunda seu conceito, o autor explica que

toda história é feita de dados em forma de entrevistas, estatísticas, descobertas, observações e informações de apoio. Infelizmente, a maior parte desta informação está em um formato desestruturado – transcrições, notas e recortes – que não pode ser facilmente manipulado (TADROS, 2012, não paginado).

Ainda de acordo com o autor, o diferencial do jornalismo de dados reside no fato de que ele se beneficia de duas mudanças tecnológicas. A primeira delas é o conjunto gigantesco de dados disponíveis para exploração e coleta. A segunda se deve ao aumento de ferramentas que pessoas leigas podem utilizar para tratar e visualizar esses dados.

Medeiros (2016) corrobora com a afirmação de Tadros (2012) e, ao mesmo tempo, complementa, ao afirmar que o jornalismo de dados diz respeito a uma prática profissional que utiliza um “[...] tipo específico de dados, o qual se caracteriza por uma estrutura que facilita a manipulação digital. Esse tipo não se limita aos valores numéricos.” (MEDEIROS, 2016, p. 25).

Lorenz (2010) por sua vez, define de forma mais resumida o conceito. Para o autor, Jornalismo de Dados pode ser considerado um processo de refinamento e processamento dos dados:

Então o jornalismo guiado por dados pode ser visto como um processo de refinamento, onde dados crus podem ser transformados em algo com significado. Como resultado, o valor para o público cresce, especialmente quando fatos complexos são resumidos em uma história clara que as pessoas podem facilmente entender e lembrar. (LORENZ, 2010, p. 12, tradução nossa)³⁵.

A partir dessas definições, pode-se perceber que o Jornalismo de Dados surge para diversificar e qualificar a cobertura jornalística, trazendo novas possibilidades. “O jornalismo de dados pode ajudar um jornalista a contar uma história complexa por meio de infográficos envolventes” (BRADSHAW, 2014, p. 6).

Além disso, pode mostrar de forma aprofundada o que está acontecendo pelo mundo. Costa, Silva e Lavor (2018, p. 6) destacam que “as narrativas derivadas da prática do jornalismo de dados são expressões, registros da memória do tempo presente e resta ao jornalista ser capaz de contar essa história que é composta por dados e sujeitos”. O jornalismo de dados é capaz de acrescentar ao fazer jornalístico e, ao mesmo tempo, cumprir os princípios básicos do jornalismo. “O jornalismo de dados atende a dois propósitos importantes para organizações de notícias: encontrar histórias únicas e executar sua função de vigilância.” (VERMANEN, 2014, p. 12-13).

8.2 PÓS-VERDADE E *FAKE NEWS*

No século XXI, a humanidade observa a proliferação de mentiras, desinformação, informações falsas e informações manipuladas politicamente. Isso faz com que surjam questionamentos como: o descompromisso com a ética, com a honestidade e com a verdade sempre foram tão presentes?

Ralph Keyes antecipava, em 2004, que a honestidade não vivia seus melhores dias, pois o ato de enganar se tornou rotineiro na vida contemporânea. “O fosso entre

³⁵ **Do original:** “So data-driven journalism can be viewed as a process of refinement, where raw data is transformed into something meaningful. As a result the value to the public grows, especially when complex facts are boiled down into a clear story that people can easily understand and remember.” (LORENZ, 2010, p. 12)

a verdade e a mentira encolheu para uma fresta. Mentimos por todos os motivos habituais, ou sem absolutamente nenhum motivo.” (KEYES, 2018, p. 13).

Segundo Tiburi (2017), a verdade passou por um processo de desconstrução a ponto de se tornar questão de gosto. A verdade agora depende do que escolhemos que ela seja, geralmente uma verdade palatável e suportável. Não mais convém que as verdades sejam complicadas. “Contentamo-nos com pouco. E esse pouco é a pós-verdade. A verdade a qual podemos aceitar. A verdade que cola, a que vemos circular, a que podemos produzir publicitariamente.” (TIBURI, 2017, p. 106).

Kakutani (2018) reforça o alerta de Tiburi (2017). De acordo com a autora, neste mundo aos avessos, os fatos são mutáveis e a verdade depende de quem a vê. Além disso, o declínio da verdade traz consigo termos como pós-verdade, mencionado anteriormente, *fake news* e fatos alternativos. Essa mudança na forma de processar as informações é impulsionada por ondas de populismo e fundamentalismo que apelam mais ao medo e ao ódio do que ao debate. “A objetividade — ou mesmo a ideia de que as pessoas desejam conhecer a melhor verdade disponível — está fora de moda.” (KAKUTANI, 2018, p. 11).

Hoje, a divulgação de informações falsas tem nome e sobrenome: “*fake news*”. Mas um breve passeio pela História mostra que “[...] poderíamos fazer uma sinonímia para “*fake news*” ou “pós-verdade”, encontrando expressões como crônicas escandalosas, anedotas, impressos sensacionais” (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 8). Atesta-se, assim, que sempre houve mentirosos de plantão, principalmente na política, prontos para distorcer e manipular a verdade.

De acordo com o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), o primeiro mentiroso registrado a modificar o curso da História foi Otávio, no século 4 A.C. Otávio almejava se tornar imperador e iniciou uma campanha de difamação contra o general Marco Antônio, acusando-o de ser um mulherengo bêbado e de ter sido corrompido por seu romance com a rainha egípcia Cleópatra. Otávio cunhou frases difamatórias em moedas que passaram a circular por toda Roma.

Conforme Darnton (2012), a divulgação de notícias falsas sempre existiu. O autor relembra as “*fake news*” do século VI no Império Bizantino. Procópio, historiador bizantino famoso por escrever a biografia do Imperador Justiniano, também escreveu um texto secreto chamado “*Anekdotia*”, onde ele espalhou informações falsas e arruinou a reputação do imperador Justiniano.

O Manual da Confiabilidade Jornalística (2018) relata que, no século XVI, o poeta Pietro Arentino ficou famoso por tentar manipular o conclave papal de forma inusitada. Arentino escrevia sonetos com informações falsas e os pendurava no Pasquino, uma estátua da Praça Navona, em Roma. “Vem daí a origem da palavra pasquim para caracterizar um veículo que produz informações falsas e sensacionalistas”. (MANUAL..., 2018, não paginado).

De acordo com o Manual (2018), outro registro de informações falsas modificando o rumo da História remonta ao século XVIII. A circulação de rumores maldosos, muitos deles na forma de canções e poemas, levaram à queda do ministério do Conde de Maurepas, secretário de Estado do Rei Luís XVI. Isso alterou o panorama político francês, sendo considerada uma das causas da Revolução Francesa de 1789.

A Inglaterra também foi um terreno fértil para a publicação deliberada de inverdades. A produção de “[...] fragmentos falsos, semi-falsos e verdadeiros, porém comprometedores, alcançou um pico na Londres do século XVIII, quando os jornais começaram a circular entre um público amplo.” (MANUAL..., 2018, não paginado). Na linha do tempo da desinformação, os jornais foram a fonte de outra enganação no séc. XIX quando, por exemplo, o *The New York Sun* publicou seis artigos sobre a descoberta de vida na Lua e creditou essa informação ao astrônomo John Herschel.

Ainda conforme o Manual da Confiabilidade Jornalística (2018), é no século XX e XXI que a circulação de informações falsas causaram as mudanças mais drásticas na história. Um exemplo notável foram os “Protocolos dos Sábios de Sião”, uma fábula contra o judaísmo, escrita durante o último período da Rússia czarista. Após a Primeira Guerra Mundial, Hitler utilizou essa fábula para espalhar o antissemitismo na Alemanha e em outros países europeus.

Com a ascensão do nazismo, em 1933, Joseph Goebbels criou o ministério do Esclarecimento Público e da Propaganda para disseminar mensagens incitadoras de ódio contra judeus, usando vários meios, inclusive o teatro e a imprensa.

Zarzalejos (2017, p. 12) alerta que “a gestão de manobras conspiratórias para incitar o receio ou a hostilidade de grupos sociais, [...] causaram os piores desastres: o nazismo e o *stalinismo*”. Altares (2018) revela que os principais conflitos que os Estados Unidos participaram começaram com invenções: a guerra de Cuba (1898), com a manipulação dos jornais e a guerra do Vietnã (1955-1975), com o incidente do

golfo de Tonkin, além da invasão do Iraque, em 2003, com as inexistentes armas de destruição em massa de Saddam Hussein.

8.2.1 Desconstrução da verdade

Kakutani (2018) explica que a ideia de desconstrução da verdade surge no Pós-Modernismo. Um dos fundadores do Pós-Modernismo, Jacques Derrida usou a palavra “desconstrução” para descrever um tipo de análise textual da qual foi pioneiro e que seria aplicado não apenas à literatura, mas também à história, à arquitetura e às ciências sociais. A desconstrução pregava que todos os textos são instáveis e complexos, com os significados eternamente variáveis e escolhidos pelo leitor. Em suma, não existia uma verdade.

Os argumentos pós-modernistas rejeitam a possibilidade de uma realidade objetiva. O pós-modernismo consagrou o princípio da subjetividade e termos como “indeterminação dos textos”, “formas alternativas de conhecimento” e “instabilidade linguística” da linguagem, de acordo com Kakutani (2018).

Conforme a autora, o argumento pós-moderno de que todas as verdades são parciais levou ao entendimento de que existem diversas maneiras legítimas de entender ou representar um acontecimento. Conforme Dunker (2017), a pós-verdade é uma segunda onda do pós-modernismo. “As atitudes pós-modernas em relação à 'verdade' pulam os muros da academia e se tornaram uma fonte-chave de nosso compromisso corroído com a verdade.” (KEYES, 2018, p. 146).

Se há várias maneiras de interpretar a verdade, então o que é uma mentira? Para Keyes (2018), a relação fragilizada com a verdade levou nossas atitudes em relação à mentira se tornarem tolerantes. O autor destaca que é possível perceber como nos relacionamos com a mentira pelo tanto de vezes que usamos expressões como “deixe-me ser sincero”, “verdade seja dita”, “para lhe dizer a verdade” e “para ser sincero”. “Tais tiques verbais são um indicador aproximado de quão rotineiramente enganamo-nos uns aos outros. Se não o fazemos, por que todas as isenções de responsabilidade?” (KEYES, 2018, p. 13).

Contudo, ainda segundo o autor, o mais preocupante é a perda do estigma associado ao ato de contar mentiras. Se antes mentir era feito de forma relutante e apreensiva, hoje há uma aceitação generalizada de que todos mentem. E pior, de que

nada acontece quando se conta enganações. “Mentir tornou-se, essencialmente, uma transgressão sem culpa.” (KEYES, 2018, p. 17).

Para Keyes (2018), nossas bússolas morais estão quebradas a tal ponto que não somos mais capazes de discernir o certo do errado. Conforme o autor, o mundo nunca foi completamente ético, mas houve “[...] um tempo em que era mais difícil contar mentiras, e as consequências eram maiores se alguém fosse pego.” (KEYES, 2018, p. 18). Ou seja, há um declínio ético em nosso tempo.

8.2.2 Era da Pós-Verdade

Tiburi (2017, p. 106) chama atenção para o fim da verdade como um valor maior. “Se não seu fim, pelo menos está em jogo a sua inutilidade. Com a ideia de pós-verdade, trata-se de falar de uma verdade útil. Da verdade consumível”. A banalização da verdade estimulada pelo Pós-Modernismo levou ao surgimento da “pós-verdade”.

O termo foi usado pela primeira vez por Steven Tesich, em 1992, no artigo intitulado “*A Government of Lies*” para o jornal norte-americano *The Nation*. No artigo, Tesich (1992) argumenta que os Estados Unidos entraram em um estado de “aversão à verdade” no período pós-*Watergate*³⁶.

Ao escrever sobre a Síndrome de *Watergate*, Tesich (1992) afirma que o presidente Nixon foi rapidamente perdoado, pois o povo americano preferia ignorar a verdade para que esta não derrubasse a “autoestima americana”. O autor argumenta que as repetidas mentiras propagadas pelo governo afastam o povo de verdades desconfortáveis. Conforme o autor, a nação começou a se esquivar da verdade. “Chegamos a equiparar a verdade com más notícias e nós não queríamos mais más notícias, independentemente de quão verdadeiras ou vitais para nossa saúde como uma nação.” (TESICH, 1992, p. 12, tradução nossa)³⁷.

Tesich (1992) alerta para a mudança ética dos políticos que antes trabalhavam para que suas mentiras fossem confundidas com verdades. Porém, isso estava

³⁶ O escândalo revelou como o republicano Richard Nixon espionou o partido Democrata e utilizou uma rede de conspiração para se reeleger em 1972. O caso *Watergate* levou à renúncia do presidente Richard Nixon.

³⁷ **Do original:** “*We came to equate truth with bad news and we didn’t want bad news anymore, no matter how true or vital to our health as a nation*” (TESICH, 1992, p.12).

mudando, visto que o povo já não se importava mais com a verdade. Dessa forma, os governantes não precisavam esconder ou se envergonhar de suas mentiras.

Estamos rapidamente tornando-nos protótipos de um povo que monstros totalitários só podiam babar em seus sonhos. Todos os ditadores até agora tiveram que trabalhar arduamente para suprimir a verdade. Nós, por meio de nossas ações, estamos dizendo que isso não é mais necessário [...] De uma maneira muito fundamental, nós, como pessoas livres, decidimos livremente que queremos viver em algum mundo pós-verdade. (TESICH, 1992, p. 13, tradução nossa)³⁸.

Em 2004, o termo pós-verdade retornou ao debate por meio de Ralph Keyes. Para Keyes (2018), a era da pós-verdade dá espaço para as meias verdades. Não existe mais apenas a mentira e a verdade. Os limites entre verdades e mentiras, que antes eram fáceis de serem distinguidos, se tornaram tênues, a ponto de termos dificuldades em diferenciar honestidade e desonestidade, ficção e não ficção. Para o autor, iludir os outros teria se tornado um desafio, um jogo e um hábito.

O termo “pós-verdade” ganhou tanta notoriedade na atualidade que, em 2016, foi eleito pelo *Oxford Dictionary* como a palavra do ano. De periférico, o termo se tornou central em debates, principalmente políticos. De tal forma que, agora, é usado sem precisar ser explicado. O dicionário detectou um aumento massivo na busca pelo termo durante o ano de 2016, no contexto do referendo do *Brexit*³⁹ no Reino Unido e da eleição presidencial nos Estados Unidos.

Segundo o *Oxford Dictionary* (2016), o prefixo “pós” não se refere somente ao tempo após uma situação ou momento específico, como no termo pós-guerra. O prefixo passou por uma transformação de significado no século XX em termos como pós-nacional (1945) e pós-racial (1971). Logo, passou a ser usado para definir um momento em que o conceito depois do prefixo tornou-se sem importância ou relevância.

Ou seja, o termo “verdade”, após o “pós”, possui o sentido de pertencer a uma época na qual o conceito de verdade foi superado por ter se tornado irrelevante. O

³⁸ **Do original:** “We are rapidly becoming prototypes of a people that totalitarian monsters could only drool about in their dreams. All the dictators up to now have had to work hard at suppressing the truth. We, by our actions, are saying that this is no longer necessary [...] In a very fundamental way we, as a free people, have freely decided that we want to live in some post-truth world.” (TESICH, 1992, p.13).

³⁹ *Brexit* é uma abreviação para “*British exit*”, algo como “saída britânica”. O termo se refere à saída do Reino Unido da União Europeia (UE), um grupo formado por 28 países europeus que praticam livre comércio entre si e facilitam o trânsito de sua população para trabalhar e morar em qualquer parte do território. Em 2016, os eleitores britânicos decidiram em um plebiscito que o país deveria se retirar da UE.

termo pós-verdade deixou de significar o momento “depois que a verdade foi revelada” e se tornou o momento em que a verdade já não é mais tão relevante ou significativa perante os “fatos alternativos”.

Pós-verdade se refere, então, ao ato de “relacionar ou denotar circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal.” (OXFORD, 2016, não paginado).

O ponto forte da pós-verdade é a manipulação criativa e a invenção dos fatos. De acordo com Keyes (2018, p. 151-152), “a informação enfeitada pode ser verdadeira em espírito – mais verdadeira do que a verdade”. Dunker (2017) acrescenta que o perigo da pós-verdade reside no fato de que ela é capaz de reacender o irracionalismo e colocar na pauta temas que contrariam fatos estabelecidos e distorcem a história e a realidade. Como, por exemplo, criacionismo contra o darwinismo, aqueles que desacreditam o aquecimento global, a suspeita sobre a indução do autismo por vacinas e outras teorias conspiratórias. O autor complementa que a pós-verdade transfere a autoridade da ciência e do jornalismo sério para as opiniões.

8.2.3 Fake news, meias verdades e inverdades

A pós-verdade não veio sozinha. “As *fakes news*, as verdades alternativas e as mentiras, todos estes conceitos estão abarcados no guarda-chuva semântico da pós-verdade” (ZARZALEJOS, 2017, p. 11).

O fenômeno das *fake news* se deve a uma série de fatores que combinados criam um ambiente propício para a divulgação de notícias que não são verificadas. O primeiro engloba o ambiente de alta polarização política. Logo, se você é de direita, não ouvirá a esquerda e vice versa. Tal atitude impossibilita o debate e impede que se chegue a um consenso.

O segundo fator diz respeito à descentralização da informação. Com a globalização da *internet*, o poder de divulgar informações saiu das mãos dos meios de comunicação. Não há mais um emissor e vários receptores ouvindo passivamente do outro lado. Todos podem ser emissores e receptores ativos emitindo sua opinião.

Os meios de comunicação tradicionais passaram a concorrer com meios de comunicação alternativos e independentes. “Parte dos novos canais têm uma agenda

política, e seus compromissos propagandísticos e ideológicos suplantam qualquer compromisso com informação factual.” (PEROSA, 2017, não paginado).

Por fim, o terceiro fator é o ceticismo instaurado em nossa sociedade, pois ao sermos continuamente enganados, nos tornamos desconfiados. E o primeiro alvo dessa desconfiança são “[...] as instituições políticas e democráticas que seriam responsáveis por nosso bem-estar social – os governos, os partidos e os veículos de mídia tradicional.” (PEROSA, 2017, não paginado).

O termo “*fake news*” ganhou notoriedade, mas não existe consenso sobre sua utilização. “A expressão ‘notícias falsas’ é um oxímoro⁴⁰ que se presta a danificar a credibilidade da informação que de fato atende ao limiar de verificabilidade e interesse público – isto é, as notícias reais.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 7).

Não é mais incomum o jornalismo ser usado como munição na guerra da desinformação. “É típico dos criadores de notícias falsas fazerem recortes de frases para a causa que defendem. Eles também manipulam vídeos e imagens, mudam datas, atrelam conteúdo a outros autores.” (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 19).

As notícias falsas simulam a linguagem jornalística, a aparência dos *sites* de informação, escondem-se nas sombras e apresentam-se como jornalismo sem sê-lo realmente. “Impossível encontrar o autor. Impossível ter com quem reclamar sobre seu conteúdo. [...] as *fake news* enganam os sistemas de proteção naturais e informais do debate público e [...] produzem seus estragos.” (BUCCI, 2019, p. 34).

Para autores como Bucci (2019), as *fake news* não podem ser consideradas apenas como mentiras, pois as duas possuem distinções. São características das *fake news*:

1. São uma falsificação de relato jornalístico ou de enunciado opinativo nos moldes dos artigos publicados em jornal. Portanto, as *fake news* são uma modalidade de mentira necessariamente pós-imprensa.
2. Provêm de fontes desconhecidas – sua origem é remota e inacessível.
3. Sua autoria é quase sempre forjada. Quando se valem de excertos de textos reais, elas descontextualizam os argumentos para produzir entendimentos falsos.
4. Têm – sempre – o propósito de lesar os direitos do público, levando-o a adotar decisões contrárias àquelas que tomaria se conhecesse a verdade dos fatos.
5. As *fake news* tapeiam o leitor em diversas áreas: na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência (umas asseguram que a Terra é plana).

⁴⁰ Segundo o Dicionário Priberam [entre 2008 e 2020], oxímoro pode ser definido como uma combinação engenhosa de palavras cujo sentido literal é contraditório ou incongruente.

6. Dependem da existência das tecnologias digitais da *internet* – como *big data*, algoritmos dirigindo o fluxo de conteúdos nas redes sociais e o emprego de inteligência artificial;
7. Agem num volume, numa escala e numa velocidade sem precedentes na história.
8. Por fim, as notícias fraudulentas dão lucro (além de político, lucro econômico). Elas se converteram num negócio obscuro. (BUCCI, 2019, p. 38-39).

A manipulação de fatos e informações, principalmente por políticos, não é nenhuma surpresa. O fator novo são as redes sociais como o *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e buscadores como o *Google*. “O novo é que estamos em uma nova era, turbinada pela *internet* e pelas redes sociais, em que o crescimento é viral e o efeito, exponencialmente explosivo.” (GENESINI, 2018, p. 49).

No alvorecer da *internet*, o clima era de esperança, promessa de democratização da informação, sem intermediários entre o conhecimento. Contudo, algumas décadas depois, não é bem isso que aconteceu. Pelo contrário, ao que tudo indica, vivemos na era da desinformação, mergulhados nas *fake news* em vez do conhecimento libertador.

Conforme Barbosa (2019, p. 4), “a disseminação de mentiras tem colocado à prova a noção de verdade e revela uma inquietante perda de confiança em instituições portadoras da verdade: a imprensa, a ciência e as elites intelectuais”. Nas redes, as *fake news* são como gasolina quando despejada em chamas, afirma Filgueiras *et al.* (2018). Elas se aproveitam do sensacionalismo e da polarização criada pela política. “A tecnologia se provou um combustível altamente inflamável. Cada vez mais nos damos conta do lado sombrio do que foi imaginado como um catalisador de inovação e de mudanças.” (KAKUTANI, 2018, p. 84).

Keyes (2018) vai no mesmo sentido que Kakutani (2018). O autor explica que o cenário de anonimato fornecido pelas redes sociais fomenta ainda mais o crescimento da desonestidade. A tecnologia moderna lubrifica as engrenagens da pós-verdade. “Os seres humanos sempre usaram mitos para conter a ansiedade, mas a *internet* expande exponencialmente a nossa capacidade de disseminar fábulas.” (KEYES, 2018, p. 202). O problema, segundo o autor, é quando a mentira se torna tão frequente e os mentirosos tão habilidosos, que passamos a desconfiar até mesmo de quem fala a verdade.

Outra fonte de preocupação é o fato de que as redes estão inundadas de dados. Isso faz com que não seja possível assimilar todas as informações. Portanto, o

usuário precisa fazer uma seleção do que quer ver e consumir na *internet*. Contudo, isso acaba por criar uma bolha informacional. “O enorme volume de dados na *web* permite que as pessoas selecionem cuidadosamente fatos, factoides ou não fatos que apoiem seu ponto de vista.” (KAKUTANI, 2018, p. 85).

Em 2018, o *Facebook* modificou seu algoritmo de modo a priorizar publicações de amigos e familiares em detrimento de páginas como perfis jornalísticos. Para Genesini (2018, p. 54-55), em um mundo polarizado, “o 'efeito rede' potencializa a intolerância, a impaciência e o ódio. Escutamos só o que queremos, o que reforça os nossos preconceitos”. É o chamado viés de confirmação. Se acreditamos em algo, focamos em encontrar evidências que reafirmam esse ponto de vista e invalidam teorias contrárias.

As crenças pessoais ganharam força frente à lógica e aos fatos e acabaram estabelecendo-se como pressupostos compartilhados pela sociedade. Quando nos cercamos de pessoas que concordam com o que pensamos, amplia-se ainda mais o poder das notícias falsas. Conforme explicam Roque e Bruno (2019), as bolhas amplificam esse poder, pois não encontram resistência nos receptores, visto que:

a repetição de mensagens em grupos de afinidade leva à familiaridade, que por sua vez, leva à aceitação. Ou seja: mensagens falsas têm apelo quando relacionadas a identidades de grupo, pois as pessoas são mais suscetíveis a aceitar uma informação consistente com outras mensagens nas quais elas já acreditam e que compartilham com seu meio. (ROQUE; BRUNO, 2019, p. 19).

Kakutani (2018) e Zarzalejos (2017) ecoam o mesmo alerta. O nacionalismo, o tribalismo, a sensação de estranhamento, o medo de mudanças sociais e o ódio aos estrangeiros estão novamente em ascensão à medida que as pessoas, trancadas nos seus grupos partidários e protegidas pelo filtro de suas bolhas, vêm perdendo a noção de realidade compartilhada e a habilidade de se comunicar com as diversas linhas sociais e sectárias.

As notícias falsas mexem com as emoções, elas apelam para o sentimental. Os desejos e as emoções se sobrepõem aos fatos e ao valor da verdade. Dessa maneira, o isolamento do indivíduo dentro das bolhas agrava ainda mais o problema. Nas redes sociais, o usuário se encontra encapsulado em ambientes que o espelham e o reafirmam. “São multidões de iguais, multidões de si mesmos. É sabido, também,

que os algoritmos das redes sociais estimulam esse efeito, espessando as muralhas que separam umas bolhas das outras.” (BUCCI, 2019, p. 41-42).

Quem produz desinformação deliberadamente conta com essas bolhas. Eles apelam aos sentimentos, fazendo com que o receptor dissemine aquela informação em seu meio e amplie o alcance da mensagem. “Eles procuram encorajar-nos para nos tornarmos condutores de suas mensagens, explorando nossas propensões para compartilhar informações por múltiplas razões.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 8).

Além disso, um fator agravante é o fato de que as *fake news* são gratuitas e facilmente acessíveis, enquanto o jornalismo de qualidade precisa cobrar para conceder acesso às informações. Filgueiras *et al.* (2018) destaca que a imparcialidade não é palatável. Ou seja, a isenção necessária no conteúdo jornalístico se torna maçante. Por outro lado, as *fake news* geralmente apelam para o sensacionalismo e às emoções. “O público se habituou a só ler aquilo que o agrada. Está desacostumado a ser confrontado. Quando lê uma matéria com os dois lados, sente-se contestado.” (FILGUEIRAS *et al.*, 2018, p. 14-15).

8.3 CREDIBILIDADE

No mundo da pós-verdade, onde os conceitos de verdade e mentira se tornam relativos, a credibilidade adquire papel de destaque. Leva-se em consideração, portanto, o quanto confiamos em algo ou alguém para definir se aquela informação pode ser considerada uma verdade ou uma mentira. Segundo Lisboa (2012), a credibilidade está amparada em valores éticos e morais que ajudam a analisar uma fonte e definir se ela será uma boa fonte ou não. Nesse caso, uma avaliação positiva da credibilidade da fonte é capaz de gerar confiança.

De acordo com Grossi e Dos Santos (2018), por estarem relacionados, os conceitos de credibilidade e confiança podem levar à percepção de que se trata da mesma coisa, contudo, existem diferenças epistemológicas significativas entre elas. Para as autoras, o jornalismo depende intrinsecamente da confiança que o público escolhe depositar em suas mensagens.

Ainda conforme Grossi e Dos Santos (2018), essa confiança está sujeita às características de cada sujeito, mas também é regulamentada por critérios de credibilidade já estabelecidos. Lisboa (2012) corrobora com o que afirmam Grossi e

Dos Santos (2018), ao afirmar que as ações e palavras de um meio de comunicação seguem uma regularidade. Da mesma maneira, a forma como essas palavras serão interpretadas pelo receptor também seguem determinados princípios preexistentes. “A recepção de um testemunho desperta no interlocutor um mecanismo de aprendizado, que é parte inato e parte modificado pela experiência, especialmente no que tange ao seu conteúdo crítico.” (LISBOA, 2012, p. 10).

Para Lisboa (2012), os indivíduos avaliam o conteúdo jornalístico com base em um saber social e histórico construído sobre o jornalismo, como, por exemplo, ao comparar o contexto e as fontes. Isso os leva a aceitar relatos semelhantes aos que já foram aceitos anteriormente e refutar relatos semelhantes aos que carecem de credibilidade. “As condições relacionadas à crença no testemunho se referem ao caráter do orador, ao conteúdo do relato, ao contexto em que ele ocorreu e às razões do receptor para confiar nas palavras dos outros.” (LISBOA, 2012, p. 11-12).

Ainda segundo Lisboa (2012), a credibilidade ainda está associada a quatro leis:

- 1) lei da associação, que remete ao exemplo das fontes citadas em um texto que, quando consideradas confiáveis pelo interlocutor, acabam gerando uma associação entre a credibilidade da fonte e a do jornal, por exemplo;
- 2) lei da progressão geométrica, de acordo com a qual cada episódio em que um orador A manifesta a sua credibilidade constituída, ele a aumenta de forma geométrica;
- 3) lei da indução, segundo a qual não basta uma multiplicidade de casos para garantir plenamente a credibilidade de um orador A, mas basta um único episódio negativo para abalá-la;
- 4) lei da transferência, que afirma que, se um orador A se manifestou como credível numa situação ou contexto X, ele irá se mostrar confiável em outra situação. (SERRA, 2006, apud LISBOA, 2012, p. 13).

Com base nisso, nota-se que a noção de confiabilidade pode ser atribuída pelo receptor. Para Lisboa e Benetti (2017), os atributos de credibilidade precisam ser incorporados por quem enuncia para, então, serem assimilados por quem recebe e interpreta o discurso. Trata-se de um “ [...] fenômeno que surge dentro do processo de comunicação e tem como ponto de partida o outro lado, ou seja, o receptor da informação ou de um texto.” (SEINDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 7).

Para avaliar o nível de credibilidade de uma fonte e de seu discurso, Lisboa (2012) explica que são utilizadas variáveis como competência e integridade. O leitor avalia se o informante possui interesses escusos e analisa sua objetividade, imparcialidade e coerência. Então, a partir desses sinais, ele constitui seu julgamento.

Um enunciador pode ter sua credibilidade constituída, entretanto, ainda depende da credibilidade percebida pelo leitor. Conforme Lisboa (2012), a fonte precisa que a audiência a reconheça como crível para que o conceito de credibilidade ganhe valor em um ato de comunicação. Ou seja, a credibilidade da fonte ou de seu discurso precisa existir antes do ato de comunicação e, além disso, é dependente da visão do sujeito.

Lisboa (2012) denomina essa relação como credibilidade constituída por parte da fonte de informação e a credibilidade percebida pelo interlocutor. “A credibilidade constituída não tem valor nem relevância em si senão através da percepção de alguém, por meio da credibilidade percebida.” (LISBOA, 2012, p. 16).

Também conforme a autora, a credibilidade constituída se forma a partir das características da fonte e pela maneira como essas características satisfazem as dimensões reconhecidas, citadas anteriormente, como necessárias para ser uma fonte confiável. Já a credibilidade percebida é resultado do reconhecimento por parte do interlocutor de que a fonte é confiável a partir dessas características.

De acordo com Lisboa (2012), o receptor da comunicação também leva em consideração a reputação e autoridade da fonte no assunto, pois são indicativos elementares de credibilidade. Além disso, a intenção moral da fonte é levada em consideração. Não se trata apenas da correspondência do relato e dos fatos, mas também, de uma relação que se estabelece entre leitor e narrador, quando o último conquista a confiança do público. “A credibilidade enquanto uma percepção qualitativa se formaria nesta relação, amparada sobre este compromisso moral, que se consolida ao longo do tempo.” (LISBOA, 2012, p. 30).

A veracidade, juntamente com a competência da fonte, é um dos fatores determinantes na análise da credibilidade. Para Seindenglanz e Sponholz (2008, p. 17), “[...] o pressuposto da veracidade é uma causa decisiva para que credibilidade seja atribuída a um meio, a um veículo, a um comunicador ou a uma mensagem”. Por sua vez, Santos (2018) alerta que os meios de comunicação consideram a verdade como sinônimo de credibilidade e, conseqüentemente, utilizam a veracidade como moeda de troca com o público.

Em sua pesquisa⁴¹, Lisboa (2012) apresenta os valores associados pelo leitor à credibilidade jornalística. São eles, por ordem de relevância: independência (49%), imparcialidade (24,1%), honestidade (15,1%), objetividade (7,8%) e coerência (4%). Esses critérios também estão relacionados à verdade e ao interesse público.

A autora destaca que esses princípios são os mesmos encontrados nos manuais de ética profissional, nos materiais institucionais dos grandes veículos e na teoria do jornalismo. As exigências feitas ao jornalismo quanto a sua credibilidade não são diferentes das exigências feitas a qualquer tipo de informação. “Os leitores não inventam valores e os projetam em um jornalismo ideal.” (LISBOA, 2012, p. 78).

Ainda conforme Lisboa (2012), o conhecimento produzido pelo jornalismo se torna confiável à medida que desenvolve métodos e processos que garantem a veracidade, rigor, pluralismo, objetividade e imparcialidade nos relatos.

Por sua função social, o jornalismo precisa oferecer garantias de que é um meio crível e confiável. O leitor não possui as ferramentas necessárias para investigar a autenticidade de um relato, por isso deposita sua confiança no jornalismo. “É por este motivo que as garantias oferecidas pela fonte devem suprir parte dessa necessidade de veracidade do público.” (LISBOA, 2012, p. 29).

Conforme Lisboa (2012), a credibilidade no jornalismo se forma a partir da autoridade das fontes utilizadas e da autoridade própria conquistada pelo jornalismo quando demonstra sua competência ao construir relatos verdadeiros. A autora exemplifica que, ao consultar fontes confiáveis, ocorre uma transferência mútua de credibilidade entre fonte e jornalismo. Além disso, ao cumprir sua função social, o jornalismo assegura sua credibilidade.

Ademais, para autores como Serra (2006, p. 4), a credibilidade das fontes não assegura totalmente a credibilidade jornalística, “exige-se, para além disso, que cada um dos jornalistas e a organização jornalística como um todo obedeçam a princípios deontológicos e técnicos”.

Os autores Seindenglanz e Sponholz, (2008) complementam Serra (2006) ao afirmarem que a credibilidade não é restrita à representação da realidade de algo. Ou

⁴¹ Essa pesquisa foi incluída nesse projeto por sua importância ao conceituar credibilidade e apresentar as regras que a condicionam. Além disso, a pesquisa se destaca ao examinar, por meio do método da Análise do Discurso, 1.017 comentários de leitores sobre o editorial “O mal a evitar”, em que o jornal “O Estado de S. Paulo” declara apoio ao candidato a presidente José Serra (PSBD) uma semana antes das eleições presidenciais de 2010. Mesmo sendo publicada em 2012, a pesquisa se destaca por ser método de abordagem e, por ser, até o momento, a única a explorar credibilidade constituída pela fonte de informação e a credibilidade percebida pelo interlocutor

seja, os receptores não consideram que uma informação seja verdadeira simplesmente pelo fato de ela o ser. “A veracidade de um texto depende de uma série de fatores que estão ligados ao tipo de meio, à instituição e ao próprio comunicador.” (SEINDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 17).

Lisboa e Benetti (2017) retomam que a credibilidade constituída no jornalismo decorre em função de princípios como a verdade e o interesse público. Sendo que a verdade está associada à integridade, enquanto o interesse público está associado à competência.

Segundo autores como Grossi e Dos Santos (2018), essa percepção dos receptores também pode estar atrelada a diversos acontecimentos como a situação política, social e econômica, bem como a sociedade e a época. Além do mais, pode levar à impressão de que “[...] a mídia está interferindo de alguma maneira nessa realidade. Dessa forma, pode ocorrer a desconfiança generalizada no conteúdo jornalístico e em seus atores.” (GROSSI; DOS SANTOS, 2018, p. 43).

De fato, de acordo com Ireton e Posetti (2018), as consequências da desinformação para o jornalismo são a erosão da confiança nas notícias, no jornalismo e nos jornalistas. Além da mistura de informações de qualidade com a desinformação, o que gera aumento na desconfiança geral, visto que os cidadãos precisam lutar para discernir o que é verdadeiro ou não. Como resultado, isso cria um regime de cinismo e desconfiança no qual as instituições historicamente aceitas, hoje são questionadas. De acordo com os autores, “[...] o volume e o alcance da desinformação [...] infligiram um contágio que ameaça prejudicar a reputação do jornalismo.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 68).

Pode-se perceber esse regime de desconfiança nas pesquisas sobre confiança no jornalismo. Uma série histórica do Ibope Inteligência (2019) demonstra que, apesar de estar entre as instituições com bom índice de credibilidade, a taxa de confiança nos meios de comunicação está caindo. Em 2009, era de 71 pontos, entretanto caiu para 51 pontos em 2018. De maneira semelhante, o Instituto Datafolha (2018) indica que, em 2012, 31% dos entrevistados confiavam muito e 18% não confiavam na imprensa, enquanto 51% confiavam pouco. Contudo, em 2018, esse índice cai para 16% que confiam muito, 37% que não confiam e 45% que confiam pouco.

A pós-verdade afeta a credibilidade das informações em geral. Além disso, seu impacto também pode ser percebido no jornalismo. De acordo com Santos (2018), essa situação leva a reflexões sobre o ato de fazer jornalismo. Principalmente, em

relação à credibilidade e à veracidade em meio a tantas versões, opiniões e desinformação nas redes sociais. “A internet provocou um abalo na credibilidade de grandes instituições e a mídia é uma delas.” (SANTOS, 2018, p. 40).

Se o público desenvolve incerteza quanto às intenções de jornalismo, isso resulta em uma desconfiança. Para Grossi e Dos Santos (2018, p. 44), “esse cenário leva, então, para uma perda de credibilidade de determinados autores, empresas ou até mesmo do jornalismo em si segundo a percepção do público”. Como consequência, se o público desconfia da credibilidade do jornalismo, ele passa a buscar informações em outros lugares como, por exemplo, as redes sociais.

Como citado anteriormente, com a pluralidade de opções disponíveis na internet, essa abundância de informação leva ao surgimento das bolhas informacionais. Santos (2018) explica que, a partir da descredibilização do jornalismo, as informações presentes nas bolhas se fortalecem e adquirem o *status* de verdade. A utopia desejada à *internet*, de que essa ampliasse as vozes no debate, na verdade “[...] se torna um terreno fértil para a chegada de novos líderes para tomar o espaço vago da imprensa descredibilizada.” (SANTOS, 2018, p. 44).

Ainda assim, o jornalismo ganha uma nova tarefa na sua função social. Nesse ambiente repleto de informações sem credibilidade, o jornalismo pode reafirmar seu compromisso com a verdade e a objetividade. “Neste mar de informações sem credibilidade, o jornalismo é pautado, muitas vezes, para desmentir os boatos.” (SANTOS, 2018, p. 45).

Uma forma de realizar essa tarefa é por meio da checagem dos fatos. A checagem sempre foi um princípio orientador do jornalismo. Contudo, de acordo com Ireton e Posetti (2018), ela ganha uma nova abordagem no século XXI. Ao invés de verificar a informação durante a apuração, o *fact checking* verifica uma afirmação após ela se tornar de relevância pública como, por exemplo, declarações de políticos, autoridades e figuras públicas.

Essa abordagem busca responsabilizar as figuras públicas por suas declarações. De acordo com Ireton e Posetti (2018), os verificadores de fatos buscam fontes independentes e confiáveis que sejam capazes de confirmar ou refutar aquela declaração. O *Fact Check.org*, um projeto do *Annenberg Public Policy Center* da Universidade da Pensilvânia, lançado em 2003, e o *Channel 4 Fact Check*, lançado em 2005, são considerados os pioneiros na checagem de fatos.

De acordo com os autores, dois momentos foram definitivos para o fortalecimento da checagem de fatos. Sendo o primeiro deles, a entrega do Prêmio Pulitzer 2009 de reportagem nacional ao *PolitiFact*, um projeto de checagem de fatos recém criado. Depois disso, as agências de checagem de fatos tiveram uma segunda fase de crescimento exponencial com o fortalecimento das *fake news*.

Para os autores, a checagem de fatos é uma ferramenta importante a ser utilizada no desembrulhar das narrativas. Segundo Ireton e Posetti (2018, p. 50), a narrativa “está presente nas notícias, assim como na desinformação, na informação incorreta e na má-informação. Assim, a narrativa está embutida onde fatos são selecionados como salientes nas notícias”. Com isso, as redações passam a lutar “para reivindicar e desempenhar seu papel histórico de guardiões do portão, cujo produto pode ajudar a estabelecer a verdade.” (IRETON; POSETTI, 2018, p. 60).

Por outro lado, para Santos (2018), cabe também uma autorreflexão da parte do jornalismo quanto à credibilidade e aos parâmetros utilizados no modo de produção jornalístico, inclusive na etapa de investigação e apuração dos fatos. “Diante da pós-verdade, o ato de repensar a credibilidade e os parâmetros profissionais para avaliar dados, fatos e eventos torna-se imprescindível para a sobrevivência do jornalismo.” (SANTOS, 2018, p. 45).

8.4 JORNALISMO EM PROFUNDIDADE

A narrativa jornalística, por meio da apuração e verificação dos fatos, bem como da possibilidade de agregar diversas perspectivas, se aproxima da documentação do vivido. A narrativa serve como fonte de compreensão do presente e de seus eventos passados. Conforme Lobato (2016), a narrativa jornalística apresenta um esforço contextual que ganha diferentes níveis de profundidade de acordo com o modelo escolhido, seja ele uma notícia, matéria, reportagem etc.

Para Lima (2009), a narrativa se constrói a partir de dimensões de tempo e espaço que podem ser visualizados por meios de círculos concêntricos. Cada círculo agrega um determinado conjunto de ações, personagens e detalhes que configuram um acontecimento. Quanto mais forte e impactante for cada círculo, maior a chance de que a narrativa evolua de notícia para reportagem e até mesmo para livro. Afinal,

conforme Baccin (2017), a narrativa pode ser encontrada em diversos formatos, tanto no impresso, quanto na televisão, rádio e *internet*.

8.4.1 Notícia e reportagem

As formas de produzir saberes jornalísticos, conforme Lobato (2016), possuem enfoques e tratamentos distintos que foram incorporados a cada estilo de acordo com a influência de outros gêneros, as demandas da audiência e o avanço tecnológico dos meios.

Em primeiro lugar, encontra-se a notícia como uma das formas de produção jornalística. A notícia pode ser encontrada diariamente em canais de informação. Como explica Lobato (2016), a notícia caracteriza-se pelos traços referenciais e a exposição linear do acontecimento.

Lima (2009) complementa que as notícias obedecem a uma fórmula de construção restrita aos componentes do *lead*: o quê, onde, quem, quando, como e por quê. Tais componentes podem ser distribuídos de três maneiras ou técnicas distintas, sendo elas: a pirâmide invertida, pirâmide normal ou pirâmide mista.

Portanto, essa forma de estruturar a mensagem jornalística é conhecida como jornalismo informativo. “Seu papel é informar e orientar de maneira rápida, clara, precisa, exata, objetiva. Em virtude disso, essa prática é muitas vezes criticada como superficial, incompleta.” (LIMA, 2009, p. 17).

Para responder e solucionar essa crítica, o jornalismo desenvolve o enriquecimento da fórmula de construção. Com isso, busca-se combater a suposta superficialidade. Nessa nova fórmula, denominada reportagem, é aplicado um esforço interpretativo e contextual capaz de oferecer aos leitores elementos para contextualizar a notícia. De acordo com Lobato (2016), a reportagem é caracterizada de forma diferente por diversos autores e adquire nomes distintos como “reportagem alinear”, “reportagem em profundidade”, “jornalismo interpretativo ou literário” e “grande reportagem”.

Ao contrário da notícia que se caracteriza pelo referencial, segundo Lobato (2016, p. 67), a reportagem é “mais próxima da ficção – embora sem deixar de lado a disciplina de verificação dos fatos”. Por sua vez, a reportagem é definida por Baccin (2017), como o gênero jornalístico mais completo e o mais aberto a inovações. Além

disso, reúne características de diversos gêneros como o informativo, interpretativo e o opinativo.

Lima (2009) explica que a reportagem se fortaleceu no jornalismo em meados dos anos 1920 em decorrência das revistas semanais de informação e em virtude do jornalismo interpretativo, gênero esse que possibilita a compreensão dos fenômenos e das circunstâncias que envolvem os fatos. A reportagem surge para suprir a incapacidade do jornalismo clássico de traduzir o mundo e seus acontecimentos apenas por meio de um método linear, lógico, racional e objetivo de explicar as informações.

Também de acordo com Lima (2009), os leitores tendem a preferir o estilo narrativo à técnica de pirâmide invertida, pois a primeira supre a tendência humana e natural de contar, ouvir, ler ou ver histórias. Por isso, a reportagem ganha destaque, pois agrega as informações de modo interpretativo. Inclusive, acrescenta à narrativa a presença de personagens que aproximam “[...] a informação dada das vivências cotidianas e do resgate histórico/contextual. São formas de, ainda em conexão referencial com o mundo, amplificar a notícia.” (LOBATO, 2016, p. 72).

8.4.2 Livro-reportagem

Antes do surgimento da *internet*, os jornalistas encontravam na publicação de livro-reportagem uma forma de extravasar do jornal para o livro suas publicações originais, buscando ampliar a narrativa jornalística. Essa forma de narrativa tem como propósito informar e orientar em profundidade. Com o objetivo de localizar os conflitos, identificar causas e feitos, contextualizar e fornecer aos leitores a oportunidade de visualizar diferentes realidades e sentidos. O livro-reportagem cumpre o papel específico de “[...] prestar informação ampliada sobre fatos, situações e ideias de relevância social, abarcando uma variedade temática expressiva.” (LIMA, 2009, p. 1).

De acordo com Lima (2009), se propor a ultrapassar a narrativa rasa e adentrar com profundidade nas questões sociais contundentes, é a missão nobre da reportagem. Como consequência, observa-se no livro-reportagem e seus sucessores, que estes oferecem um conhecimento qualitativo da realidade contemporânea.

O autor ressalta que dentre as características predominantes do livro-reportagem destaca-se o fato de que este não está atrelado à rotina dos veículos de comunicação. Portanto, possui a liberdade para experienciar novas formas de capturar a informação, diversificar as fontes consultadas e utilizar instrumentos inovadores na elaboração do real.

Conforme Lima (2009), o livro-reportagem distribui a informação de forma engenhosa, não se limitando apenas à transmissão de dados. Antes, apresenta conteúdos variados que auxiliam o leitor a compreender o sentido dos acontecimentos.

Para o autor, o livro-reportagem, por meio do seu conteúdo aprofundado, é capaz de iluminar fatos que aparentam ser desconexos, interligar dados e mostrar sentidos. Visto que, em vez de pretender explicar, ele oferece a compreensão do fato. “A explicação adota geralmente uma visão unilateral, reducionista. Mostra o mundo sob uma ótica única ou de pouca abertura. Já a compreensão busca exibir o mundo sob perspectivas diversificadas.” (LIMA, 2009, p. 365-366).

Além disso, segundo o autor, o conteúdo presente na narrativa do livro-reportagem é organizado de forma criteriosa, preenchido com informações obtidas por meio de uma coleta precisa e exata e apresentada de forma cativante. Essas características foram importadas do jornalismo literário.

Contudo, Lima (2009) ressalta que o termo literário não diz respeito ao modo ficcional, nem mesmo à imaginação de conteúdo, mas sim, à associação com as técnicas literárias. Sendo elas, técnicas de narrativa, organização e condução do texto. “O conteúdo [...] deve estar idealmente atrelado à captação, observação, pesquisa e reprodução fidedigna do real.” (LIMA, 2009, p. 368).

Para o autor, o livro-reportagem tem como catalisador a grande reportagem e busca preencher a lacuna deixada pelos meios de comunicação, como rádio, televisão, jornal impresso e a *internet* (quando esta era utilizada apenas para replicar o conteúdo do jornal impresso).

8.4.3 Grande Reportagem

A grande reportagem busca atender à necessidade de ampliar os fatos e oferecer ao leitor uma compreensão maior. Ela é a ampliação do relato simples e

raso. A grande reportagem “[...] possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e seu contexto, oferecendo [...] uma dose ponderável de liberdade para escapar aos grilhões impostos pela fórmula do tratamento da notícia.” (LIMA, 2009, p. 18).

Fidelis (2018) remonta o uso da reportagem à década de 1920, primeiramente nos jornais semanais impressos e depois nas revistas. Segundo a autora, em comparação aos conteúdos jornalísticos que eram oferecidos até então, a reportagem agregou uma riqueza maior dos fatos. Conforme Lobato (2016), a reportagem e, principalmente, a grande reportagem não negam as normas clássicas que regem a apuração jornalística como, por exemplo, o rigor na verificação. Pelo contrário, absorvem essas convenções e as renovam.

Lima (2009) destaca a revista *Time* como pioneira na missão de oferecer ao leitor conexões entre os acontecimentos e compreensão aprofundada do fato. Com o passar do tempo, a grande reportagem adquire como forma de expressão o jornalismo interpretativo, que busca prover informações para que o leitor possa “compreender o seu tempo, as causas e origens dos fenômenos que presencia, suas consequências no futuro. Vai fundamentar sua leitura da realidade.” (LIMA, 2009, p. 19).

Lobato (2016) destaca que a última metade da década de 1960 e o início dos anos 1970 foram anos muito propícios para a reportagem no Brasil. Graças ao surgimento da revista “Realidade”, o “Jornal da Tarde”, entre outros. “Evolui com o tempo, depois tem queda de nível, mas ao longo das oscilações nunca deixa de apresentar um nível de texto verbal quase sempre bom.” (LOBATO, 2016, p. 75).

De acordo com Fidelis (2018), com o passar do tempo as reportagens aprofundadas e que prezam pela qualidade da informação passaram a conquistar espaço nos grandes veículos de comunicação. A grande reportagem demonstra traços que a colocam sob diversos prismas. Alguns enxergam na grande reportagem “[...] traços que a enquadram como formato; outros relacionam suas características centrais a novos gêneros do jornalismo, com viés literário, narrativo etc.” (LOBATO, 2016, p. 73-74).

Ao longo do tempo, o modelo da grande reportagem sofre alterações, mas é possível identificar algumas características centrais que combinam aspectos testemunhais, ficcionais, afetivos e antropológicos como a excelência na linguagem. Ou seja, a criatividade do texto literário e uma tendência pela busca da interpretação. De acordo com Lobato (2016), as principais características da grande reportagem são

ampliação espaço-temporal, construção dramática/diegética das cenas, reforço da enunciação e da autoria, singularização do fato por meio de personagens e histórias de vida e o uso de técnicas e índices de ficcionalização.

Segundo o autor, a ampliação do espaço-temporal na grande reportagem se caracteriza pela contextualização e historicização. É um esforço para construir uma narrativa contextualizada e interpretativa na qual o fato social é colocado em perspectiva e relacionado a outros eventos e suas possíveis consequências. Além disso, conforme Lobato (2016), o processo de apuração, escrita e edição é fortemente marcado pelo uso de arquivos imagéticos e textuais e documentos.

Já a construção dramática/diegética das cenas, segundo o autor, demonstra uma narrativa construída a partir de um conflito que movimenta personagens e cenários buscando “[...] a produção de sentido, de maneira mais intensa do que na notícia convencional, a fim de construir laços de identificação com o espectador.” (LOBATO, 2016, p. 74).

O autor apresenta outra característica da grande reportagem: o reforço da função testemunhal. Uma função indispensável em todos os processos narrativos do jornalismo, mas que é explorada fortemente na grande reportagem. Essa narrativa, para Lobato (2016), é reforçada pela singularização do fato por meio do uso de personagens e histórias de vida.

Com isso, a história é capaz de se tornar humanizada e criar conexões com o leitor. E por fim, a grande reportagem se utiliza de narrativas compostas com diversas vozes, às vezes em diálogos, pela construção de cenas, e “[...] usos poéticos da linguagem capazes de produzir determinados índices de ficcionalização que reforçam o potencial enunciativo do texto jornalístico.” (LOBATO, 2016, p. 75).

Para Lima (2009), a grande reportagem é um esforço para estabelecer relações de causa e consequência dos problemas contemporâneos por meio de uma abordagem multiangular da realidade. Conforme o autor, ao fornecer uma leitura precisa e ampla da complexa realidade, o jornalismo tece esse encontro de relações entre a rede de causas e a rede de efeitos.

Conforme explica Santos (2016), a grande reportagem ganhou novas possibilidades com o aperfeiçoamento do uso da *internet* pelos meios de comunicação. Antes, ela era encontrada na mídia impressa, o que envolve muitos custos de impressão. Mas com a convergência midiática, a grande reportagem ganhou mais oportunidade na *internet*. Devido ao espaço indeterminado disponível na

internet e à possibilidade de utilização de recursos multimídia como a imagem, o áudio e o vídeo, a grande reportagem pode, de forma ainda mais notável, oferecer aos leitores informações qualificadas que o auxiliam a interpretar a realidade. “Há um poder do jornalismo em iluminar determinados temas e a grande reportagem é um espaço privilegiado para dar visibilidade.” (SANTOS, 2016, p. 11).

Fidelis (2018, p. 21) sustenta a visão de que os recursos multimídia fortaleceram a grande reportagem, ao afirmar que “a estrutura narrativa torna-se ainda mais interessante quando as grandes reportagens passam a ser publicadas na internet”. Lobato (2016) vai ainda mais adiante ao afirmar que a “[...] reportagem em profundidade é enxergada como uma espécie de renovação ou ‘retorno às origens’ do fazer jornalístico.” (LOBATO, 2016, p. 73).

8.4.4 Jornalismo Longform

A linguagem do jornalismo no *on-line* ainda está se transformando e se adaptando na medida em que os meios de comunicação compreendem o potencial desse meio. Segundo Baccin (2017), a linguagem do jornalismo no *on-line* passou por seis ondas de transformação, sendo que a quarta foi a responsável por potencializar a narrativa jornalística.

Foi a partir dela que os dados se tornaram fonte de sustentação para as práticas jornalísticas ao auxiliar na produção, edição e construção da narrativa hipermídia. Conforme Baccin (2017, p. 92), “foi nessa fase que as narrativas hipermídias surgiram, tendo como sustentação a base de dados e a integração do hipertexto, da multimídia e da interação”. O autor, entretanto, destaca que foi na quinta geração que a base de dados se tornou ainda mais presente no processo de construção da narrativa jornalística, “[...] pois foi quando se ampliaram as formas narrativas do Jornalismo Guiado por Dados ou *Data Journalism*.” (BACCIN, 2017, p. 92).

Para o autor, a narrativa hipermídia oferece ainda mais opções de aprofundamento. Ela se difere da linguagem televisiva, impressa, radiofônica e todas as demais, pois é uma forma própria que une todas essas opções e as transforma em algo único. Tal processo recebe o nome de Jornalismo *Longform*. Não é um modelo próprio da *internet*, pois “[...] antes já eram feitas narrativas longas em reportagens impressas, televisivas e também radiofônicas.” (BACCIN, 2017, p. 93).

Conteúdos noticiosos, que utilizam as características da *internet*, surgiram em meados dos anos 2000, conforme explica Longhi (2014). Foi nessa época que “especiais multimídia começaram a chamar a atenção pelas suas qualidades expressivas, então aproveitando as potencialidades do ambiente hipermidiático e de *softwares*.” (LONGHI, 2014, p. 898-899).

Apesar de não se tratar de um conteúdo exclusivo do digital, o termo jornalismo *longform* é utilizado para definir “[...] o tratamento mais longo e aprofundado de um tema – o conceito foi revisitado na comunicação digital, especialmente no jornalismo *on-line*.” (LONGHI, WINQUES, 2015, p. 112).

A reportagem considerada como o marco nesse formato foi publicada pelo jornal *The New York Times*, em dezembro de 2012, intitulada “*Snow Fall*”. Ela inovou na estrutura narrativa e na integração de diversas modalidades comunicativas.

Para Fidelis (2018), o jornalismo *longform* possui uma certa semelhança com o jornalismo literário. Sendo o seu principal objetivo manter a qualidade nas reportagens usando recursos multimídia para atrair a atenção do leitor. Além do mais, são reportagens contextualizadas que apresentam características que se interligam e geram interação com o leitor.

Dentre as suas características, Baccin (2017) destaca algumas como a dimensão. Nessa parte estão incluídas a amplitude da história, o tempo de produção, além do tempo que os leitores precisam se dedicar à leitura do conteúdo, bem como os recursos técnicos empregados. Neste último, estão incluídos o *layout* e o *design*. Eles são empregados de forma a facilitar a leitura e provocar um efeito no leitor, além de serem projetados para se adaptarem a diferentes telas.

Por último, Baccin (2017) aponta que a narrativa *longform* também apresenta elementos de qualidade como elementos de narrativa hipertextual. Alguns deles são o aprofundamento do texto, imersão, uso de base de dados, humanização da matéria, interatividade, contextualização e hipertextualidade. Portanto, o *longform* assume seu lugar na *web* nos mais variados formatos, “[...] tanto em artigos, como em formatos noticiosos, tais como a grande reportagem multimídia, seja em *sites* específicos, seja no jornalismo de referência.” (LONGHI, WINQUES, 2015, p. 111).

Contudo, deve-se ressaltar que o jornalismo *longform* se expande além do texto longo. Longhi e Winkes (2015, p. 118) destacam que a abundância do texto verbal “[...] sinaliza um resgate da qualidade, apuração e contextualização já conhecidos do jornalismo impresso, especialmente consagrados pela reportagem”.

Esse formato de narrativa, conforme os autores, institui dois padrões de leitura característicos de ambientes digitais. As narrativas podem ser de dimensões verticais ou horizontais. A narrativa verticalizada se trata daquela em que a leitura é feita pela barra de rolagem, ou seja, de cima para baixo. Já a narrativa horizontal diz respeito àquela feita em capítulos ou seções. Inclusive, essas duas formas também podem aparecer juntas.

Por se tratar de um texto aprofundado, o *longform* é associado a movimentos como o *New Journalism* e ao jornalismo de revista, segundo explica Longhi e Winkes (2015). Já Campos (2019) o relaciona com a grande reportagem pelo tempo diferenciado de apuração e produção.

Longhi e Winkes (2015) apontam que a consolidação desse tipo de narrativa se deve à disseminação dos dispositivos móveis como o celular, *tablet* e *notebooks* que permitem portabilidade e facilidade de leitura. Dessa forma, a narrativa jornalística do *longform* representa para o jornalismo “[...] o espaço de reinvenção de práticas e de garantia da oferta ao leitor de um jornalismo mais qualificado.” (BACCIN, 2017, p. 98).

REFERÊNCIAS

- ALTARES, Guillermo. A longa história das notícias falsas. **El País**, Madri, 18 jun. 2018. Cultura. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 22 set. 2020.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Thomson Learning, 2006. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114719/recent>. Acesso em: 26. out. 2020.
- BACCIN, Alciane. **A narrativa longform em reportagens hipermídia**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 14, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p89>. Acesso em: 14 nov. 2020.
- BARBOSA, Mariana (Ed.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antônio Reto. São Paulo: Edições 70, 2016. Disponível em: <https://madmunifacs.files.wordpress.com/2016/08/anc3a1lise-de-contec3bado-laurenc-e-bardin.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2020.
- BRADSHAW, Paul. **O que é jornalismo de dados?** In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.
- BUCCI, Eugênio. **News não são fake – e fake news não são news**. In: Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. BARBOSA, Mariana (Org.). Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020
- CAMPOS, Tamara. **Pensando o longform à luz das sete características do webjornalismo**: um estudo de caso de uma série de O Globo. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, p. 157-167, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p157>. Acesso em: 14 nov. 2020
- COSTA, Rafael Rodrigues da; SILVA, Naiana Rodrigues da; LAVOR, Thays Mariana de Oliveira. **O saber e o fazer jornalismo de dados no Ceará: um estudo sobre formação profissional e o uso de técnicas e ferramentas**. In: Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 27 de junho. 2018, São Paulo (SP). Anais...São Paulo (SP): Universidade Anhembi. 2018. Disponível em:

http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49260/1/2018_eve_rrcosta.pdf . Acesso em: 07 set. 2020.

DARNTON, Robert. **O diabo na água benta**: ou a arte da calúnia e da difamação de Luís XIV a Napoleão. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. Disponível em: <https://cdl-static.s3-sa-east-1.amazonaws.com/trechos/9788535921281.pdf>. Acesso em: 15. set. 2020.

DATAFOLHA. **Grau de confiança nas instituições PO813964 06 e 07/06/2018**. Datafolha, 2018. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2017/06/26/0185934f0a2a67acc0088da5d8ab3951.pdf>. Acesso em: 29 out. 2020.

DIEHLL, Astor; TATIM, Denise. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22/pdf/168>. Acesso em: 26. out. 2020

DUNKER, Christian *et al.* **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017. Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405837437/Etica-e-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

FIDELIS, Kelly Decanini. **Jornalismo longform**: uma análise sobre a narrativa do *site* BBC Brasil sobre os BRICS. 2018. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) Universidade de Sorocaba, 2018. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/kelly-fidelis.pdf>. Acesso em: 19 out. 2020.

FIGUEIREDO, Nélia. **Método e Metodologia na pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Yendis, 2007. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/159486/epub/141>. Acesso em: 26. out. 2020.

FILGUEIRAS, Isabel *et al.* **Jornalismo em tempo de pós verdade**. Editora Dummar, 2018. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/405837946/Jornalismo-em-tempo-de-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

GENESINI, Silvio. **A pós-verdade é uma notícia falsa**. *In*: Revista USP, n. 116, janeiro/fevereiro/março 2018. São Paulo: ECA/USP. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146577/140223>. Acesso em: 17 set. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**. 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

GROSSI, Angela Maria; DOS SANTOS, Gabriella S. **Jornalismo e credibilidade:** Uma percepção do público. Ámbitos. Revista Internacional de *Comunicación*, n. 42, p. 40-54., 2018. Disponível em: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79681/03_art.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 set. 2020

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Índice de Confiança Social 2019**. São Paulo: Ibope Inteligência, 2019. Disponível em: http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 29 out. 2020.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Orgs). **Jornalismo, Fake News & Desinformação:** Manual para Educação. Paris: Unesco, 2018. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647/PDF/368647por.pdf.multi>. Acesso em: 17 out. 2020

JANSEN, Thiago Pinheiro. **Data-driven journalism:** o uso e a visualização de bases de dados na produção jornalística. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3669/1/TJansen.pdf>. Acesso em: 10 set. 2020.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**. Tradução de André Czarnobai e Marcela Duarte. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade:** desonestidade e enganação na vida contemporânea. Petrópolis: Vozes, 2018.

LIMA, Edvaldo. Pereira. **Páginas Ampliadas:** livro-reportagem como extensão do jornalismo. São Paulo: Editora Manole, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520442340/recent>. Acesso em: 13. out. 2020.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Márcia. **Credibilidade no jornalismo:** uma nova abordagem. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51>. Acesso em: 05 out. 2020.

LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor:** independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. 2012. 104 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/54507>. Acesso em: 02 out. 2020.

LOBATO, José Augusto Mendes. **Jornalismo e narratividade em sintonia:** um percurso teórico-conceitual pelos elementos da grande reportagem. Estudos de Jornalismo e Mídia, v. 13, n. 2, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n2p66>. Acesso em: 18. out. 2020.

LONGHI, R. Raquel; WINQUES, Kérley. **O lugar do longform no jornalismo on-line: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo.** In: 24º Encontro Anual da Compós, 2015, Brasília. 24º Compós – Anais. Brasília: Universidade de Brasília, 2015. v. 1, p. 1-19. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3c242f70-9168-4dfd-ba4c0b444ac7347b_2852.pdf. Acesso em: 19 out. 2020.

LONGHI, Raquel R. **O turning point da grande reportagem multimídia.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 21, n. 3, 2014. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551017007>. Acesso em: 19 out. 2020.

LORENZ, Mirko. **Data driven journalism: What is there to learn? 2010.** Amsterdam, The Netherlands. Disponível em: http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj_paper_final.pdf. Acesso em: 10 set. 2020.

MAFRA, Érico. **Jornalismo de Dados: transformação digital na produção e no consumo de notícias.** Rockcontent, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/jornalismo-de-dados/>. Acesso em: 6 set. 2020.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. **Jornalismo de Dados: conceito e categorias.** Revista Fronteiras: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 18, n. 1, p. 69-82, abr. 2016. Quadrimestral. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2016.181.07/5300>. Acesso em: 9 set. 2020.

MANUAL DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA. **A desinformação na história.** Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/historia>. Acesso: 19 set. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas; 2005.

MEDEIROS, Anna Bárbara. **A Reportagem com Base na Extração, Análise e Visualização de Dados.** Florianópolis, SC, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/168042>. Acesso em: 10 set. 2020.

MEYER, Philip. **Precision journalism: a reporter's introduction to social science methods.** Rowman & Littlefield Publishers, 2002. Tradução de Marcelo Soares, 2003.

OLLIVEIRA, Cecília; DEMORI, Leandro. Arsenal Global. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 16 dez. 2019. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/12/16/rio-municoes-balas-eua-bosnia-russia-guerra-fria/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

OLLIVEIRA, Cecília et al. Tá Tudo Dominado. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 5 abr. 2018. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2018/04/05/milicia-controle-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

PAVIANI, Jayme. **Epistemologia prática**: ensino e conhecimento científico. 2. ed. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2013.

PEROSA, Teresa. **O Império da Pós Verdade**. O Globo, 25 abr. 2017. Disponível em: <http://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 20 set. 2020.

PILHOFER, Aron. **Novas abordagens para a narrativa**. In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

PRIBERAM. Dicionário. **Oxímoro**. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/ox%C3%ADmoro>. Acesso em: 02 out. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROQUE, Tatiana; BRUNO, Fernanda. **A ponta de um iceberg de desconfiança**. In: BARBOSA, Mariana (Org.). Pós-verdade e *fake news* – reflexões sobre a guerra de narrativas. São Paulo: Cobogó, 2019. Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/456604931/Pos-verdade-e-fake-news-reflexoes-sobre-a-guerra-de-narrativas>. Acesso em: 24. out. 2020

SANTOS, Kassia Nobre dos. **Em busca da credibilidade perdida**: a rede de investigação jornalística na era das *fake news*. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21857>. Acesso em: 29. set. 2020

SANTOS, Yara. M. **(In)visibilidades da grande reportagem**. In: 14º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2016, Palhoça. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2016/paper/viewFile/334/150>. Acesso em: 21. out. 2020

SAYURI, Juliana; SICURO, Rodrigo. Abusos no *Campus*. **The Intercept Brasil**, Rio de Janeiro, 10 dez. 2019. Especiais. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/12/10/mais-de-550-mulheres-foram-vitimas-de-violencia-sexual-dentro-de-universidades/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

SEINDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. **Objetividade e credibilidade midiática**: considerações sobre uma suposta relação. Contemporânea, v. 6, n. 2, 2008. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3532>. Acesso em: 3 out. 2020.

SERRA, Paulo. **A credibilidade da informação na web**. Biblioteca *On-line* de Ciências da Comunicação. 2006. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf>. Acesso em: 5 out. 2020.

TADROS, Edmund. ***Swimming in the data stream: a 5-step guide to data journalism: It's time to lose your fear of spreadsheets and jump into the numbers***. Sydney, AUS, 2012. Disponível em: <http://www.edmundtadros.com/swimming-in-the-data-stream-a-5-step-guide-to-data-journalism/1023>. Acesso em 10 set. 2020.

TESICH, Steven. ***A Government of Lies***. *The Nation*, Estados Unidos, 6 jan. 1992. *The Watergate Syndrome*. Disponível em: <https://www.questia.com/read/1G1-11665982/a-government-of-lies>. Acesso em: 19 set. 2020.

TIBURI, Márcia. **Pós-verdade, pós-ética**: uma reflexão sobre delírios, atos digitais e inveja. In: DUNKER, C. *et al.* Ética e pós-verdade. Porto Alegre: Dublinense, 2017. Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405837437/Etica-e-pos-verdade>. Acesso em: 22. set. 2020.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Jornalismo guiado por dados: relações da cultura hacker com a cultura jornalística**. XXII Encontro Anual da COMPÓS. Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p291>. Acesso em: 10 set. 2020.

VERMANEN, Jerry. **Atualizando seu conjunto de competências**. In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Ed.). **Manual de Jornalismo de Dados**, 2014. Tradução de “*Data Journalism Handbook*”. Disponível em: https://issuu.com/andersonraimello/docs/manual_de_jornalismo_de_dados_-_lic. Acesso em: 10 set. 2020.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

ZARZALEJOS, José Antônio. **Comunicação, jornalismo e fact-checking**. Revista Uno. n. 27, 2017. Disponível em: http://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf. Acesso: 11 set. 2020.