

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

MARLISE VIEGAS BRENOL

TRANSPARÊNCIA DIGITAL E JORNALISMO:
modalidades comunicativas com uso de dados públicos

PORTO ALEGRE

2019

MARLISE VIEGAS BRENOL

TRANSPARÊNCIA DIGITAL E JORNALISMO:
modalidades comunicativas com uso de dados públicos

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação e Informação.

Orientadora: Prof^a. Dra. Maria Helena Weber

PORTO ALEGRE

2019

CIP - Catalogação na Publicação

Brenol, Marlise Viegas
TRANSPARÊNCIA DIGITAL E JORNALISMO: modalidades
comunicativas com uso de dados públicos / Marlise
Viegas Brenol. -- 2019.
237 f.
Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Weber.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação
e Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. jornalismo. 2. debate público. 3. interesse
público. 4. transparência digital. 5. modalidades
comunicativas. I. Weber, Profa. Dra. Maria Helena,
orient. II. Título.

MARLISE VIEGAS BRENOL

TRANSPARÊNCIA DIGITAL E JORNALISMO:
modalidades comunicativas com uso de dados públicos

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação e Informação.

Aprovada em: ____ de _____ 2019

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Arthur César de Araújo Ituassu Filho
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dra. Ana Cláudia Gruszynski
PPGCOM -Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel
PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Felipe Oliveira (suplente)
Fabico - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

À minha família pelo estímulo para a formação acadêmica e pelo apoio às minhas escolhas.

Aos ambientes universitários que me fortaleceram nos últimos quatro anos: à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) pela qualidade do curso e professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação; à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) pela oportunidade de participar do projeto de pesquisa do Centro de Produção e Pós-produção de Conteúdos Digitais Criativos, o Tecna, como bolsista de desenvolvimento tecnológico e industrial; e à Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) pela oportunidade docente.

À professora Dra. Maria Helena Weber, minha orientadora de mestrado e qualificadora desta pesquisa, por me receber de volta no último ano de doutorado, por persistir na conclusão da tese em meio a instabilidades emocionais. Te agradeço pelas provocações acadêmicas e pela orientação.

À professora Dra. Luciana Mielniczuk, *in memoriam*, pelos ensinamentos na presença e pelas lições na ausência.

À professora Dra. Aleteia Selonk pelo conhecimento compartilhado no projeto de pesquisa no Tecna.

Aos colegas dos grupos de pesquisa da UFRGS, o Nucop – Núcleo de Comunicação Pública e Política – e o Jordi – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Digital – pelos encontros profícuos e pela contribuição na minha formação como pesquisadora e professora.

RESUMO

Esta tese tem como objetivo geral pesquisar as modalidades comunicativas com uso de dados públicos produzidas pelo jornalismo para identificar como a apropriação do acesso à informação disponível por meio de ferramentas de transparência digital governamental e de comunicação reforça o *ethos* do jornalista de fiscal do poder e o papel do jornalismo de mediador do debate público. Para abordar o tema adotamos como procedimentos metodológicos a pesquisa de campo, o método de questionário Bola de Neve (BN), análise de redes, análise de conteúdo e tematização de interesse público. Pesquisamos autores que abordam as características centrais do jornal e as características do jornalismo digital, a relação entre o jornalismo e o poder ilustrada por períodos recentes de guerras que retratam a disputa entre relações públicas e imprensa e o desenvolvimento das políticas de transparência pública no Brasil. Elaboramos um questionário online aplicado pelo método bola de neve com análise de redes para delimitar o *corpus* de pesquisa de campo e mapear a rede de jornalistas entrevistados. A interpretação das respostas direcionou para os objetos analisados como amostra do universo de modalidades comunicativas com o uso de dados públicos identificadas como referência pelo grupo. Os resultados encontrados apontam que a maior parte dos jornalistas que se apropriam de dados públicos se percebe como fiscal do poder, as referências de modalidades que eles indicam abordam majoritariamente assuntos de temas explicitamente do campo político e o impacto gerado pela publicação dos trabalhos indicados configura um debate público qualificador do papel social do jornalismo como mediador do interesse público, ao acionar atores públicos relevantes, impactar em atos e decisões governamentais e aprofundar os conteúdos, resgatando as características centrais como universalidade, publicidade, periodicidade e atualidade, fortalecendo o jornalismo em meio a constrangimentos provocados pelo ambiente digital guiado por algoritmos, instantaneidade e excesso de informação.

Palavras-chave: Jornalismo digital. Modalidades comunicativas. Transparência digital. Debate público. Interesse Público. Jornalismo de dados.

ABSTRACT

This thesis has as the main goal the research of communicative modalities elaborated with raw public data produced by newspapers and news websites to identify how the use and appropriation of information access law by journalists reinforces the ethos of public prosecutor (watchdog) and mediator of public debate. Field research, questionnaire, network analysis and format and thematic analysis were adopted as methodological procedures. We have discussed authors who approach the central features of the newspaper and the characteristics of digital journalism, the relationship between journalism and government illustrated by recent wars history that illuminate the dispute between public relations and the press, and the development of public transparency policies in Brazil. We developed with snowball interview method an online questionnaire to delimit the field research corpus. The interpretation of the answers guided us to the analyzed objects as a sample of the communicative modalities' total universe with the use of public data produced by newspapers and websites. As results, it is possible to assume that journalists who works with appropriation of public data perceive themselves as watchdogs, that they indicate publications which mainly deal with issues explicitly from the political field and also that the impact generated by its publication constitute a public debate qualifier of the social role of journalism as mediator of the public interest. The qualifier indicators are: 1) activating relevant public actors as sources; 2) impact on governmental acts and decisions, and 3) deepening the content, rescuing the central characteristics such as universality, publicity, periodicity and actuality, strengthening journalism in the midst of constraints provoked by the digital environment guided by algorithms, instantaneity and excessive information.

Keywords: Digital journalism. Data Journalism. Communication modalities. Digital transparency. Public debate. Public Interest. Public data.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Publicação em blog dá início ao escândalo Clinton-Lewinsky.....	67
Figura 2 – Reprodução da tela de entrada do Portal da Transparência	85
Figura 3 – Tela de requisição de informação via sistema e-SIC do Governo Federal	86
Figura 4 – Ferramenta experimental desenvolvida por Stavelin (2013b)	90
Figura 5 – Sequência de crescimento da rede pelo método Bola de Neve.....	99
Figura 6 – Nuvem de palavras do ethos jornalístico	126
Figura 7 – Decodificação das modalidades	136
Figura 8 – Modalidade Estática 1: “Os homens de bens da Alerj” (O Globo) ganha prêmio Esso.....	138
Figura 9 - Modalidade estática 1: “Os homens de bens da Alerj” no jornal impresso (O Globo)	139
Figura 10 – Modalidade Estática 2: Eleição S/A (Folha de S. Paulo).....	141
Figura 11 – Modalidade Estática 3: “Deputados empregam 315 parentes” (Folha de S. Paulo)	143
Figura 12 – Modalidade interativa 1: “Homens têm 72% das mil melhores notas do Enem” (O Estado de S. Paulo).....	146
Figura 13 – Modalidade interativa 2: ZH Dados das Eleições de 2016 (Zero Hora).....	148
Figura 14 – Modalidade interativa 2: ZH Dados das Eleições de 2016 (Zero Hora).....	149
Figura 15 – Modalidade interativa 3: 116 deputados mais fiéis ao presidente Temer (Agência Lupa/Revista Piauí)	150
Figura 16 – Modalidade Multimídia 1: Monitor da Violência (Portal G1).....	153
Figura 17 – Modalidade multimídia 1: Monitor da Violência (Portal G1)	154
Figura 18 – Modalidade multimídia 2: Sistema de transplante e falta de transporte aéreo (O Globo).....	155
Figura 19 – Modalidade personalizada 1: Especial Eleições – desempenho do candidato (Poder 360)	158
Figura 20 – Modalidade personalizada 1: Especial Eleições- Políticos do Brasil (Poder 360)	160
Figura 21 – Modalidade personalizada 2: release origina ferramenta interativa com salários	162
Figura 22 – Modalidade personalizada 2: Salário dos professores do Paraná (Gazeta do Povo)	

.....	163
Figura 23 – Modalidade personalizada 2: Salário dos professores do Paraná (Gazeta do Povo)	
.....	164
Figura 24 – Tema sensível: Casamentos caíram pela metade no RS (GaúchaZH)	168
Figura 25 – Tema vital 1 (educação): Gastos com o Fies explodem (O Estado de S. Paulo)	170
Figura 26 – Tema vital 2 (segurança pública): Uma semana de mortes violentas (Portal G1)	
.....	172
Figura 27 – Tema político (Executivo): “Itamaraty propõe burlar a lei para proteger Lula” (O Globo).....	175
Figura 28 – Tema político (Legislativo): Ruralômetro (Repórter Brasil)	177
Figura 29 – Tema político (Eleições): “Como votou a sua vizinhança” (O Estado de S. Paulo)	
.....	180
Figura 30 – Tema político (Finanças públicas): Raio X das finanças do RS (GaúchaZH)....	181
Figura 31 – Portal de transparência do Inep	185

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características essenciais do jornal e do webjornal: universalidade	43
Quadro 2 – Características essenciais do jornal e do webjornal: atualidade	45
Quadro 3 – Características essenciais do jornal e do webjornal: periodicidade.....	46
Quadro 4 – Características essenciais do jornal e do webjornal: publicidade.....	47
Quadro 5 – A evolução das leis de direito à informação pelo mundo.....	80
Quadro 6 – Evolução das leis de direito à informação no Brasil	83
Quadro 7 – Justificativa das perguntas no questionário online	101
Quadro 8 – Codificação da cadeia de respondentes do questionário	108
Quadro 9 – Codificação dos respondentes entrevistados sementes.....	108
Quadro 10 – Temas de interesse público em modalidades comunicativas.....	166
Quadro 11 – As tipologias de modalidades comunicativas	182
Quadro 12 – Características do jornalismo com uso de dados públicos	187

LISTA DE GRAFOS

Grafo 1 – Rede de 24 jornalistas desencadeada pelo entrevistado semente A	111
Grafo 2 – Rede de 21 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente B.....	113
Grafo 3 – Rede de 12 jornalistas desencadeada pelo entrevistado semente C	115
Grafo 4 – Rede de 15 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente D	116
Grafo 5 – Rede de 17 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente E.....	118
Grafo 6 – Centralidade de nós da rede inteira	120
Grafo 7 – Intermediação de nós da rede inteira.....	121
Grafo 8 – Proximidade de nós da rede inteira	123

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percepção do ethos jornalístico	125
Gráfico 2 – Acesso a dados	127
Gráfico 3 – Formato de apresentação dos dados	128
Gráfico 4 – Formato desejado de apresentação dos dados	129
Gráfico 5 – Constrangimentos	131
Gráfico 6 – Legitimidade.....	133

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	14
1 INTRODUÇÃO	17
2 O JORNALISMO NA INTERNET	23
2.1 A INVENÇÃO DO JORNAL.....	24
2.2. AS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO JORNAL	27
2.3 AS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO WEBJORNAL.....	34
2.4 CONTINUIDADES E POTENCIALIZAÇÕES.....	43
2.4.1 Universalidade.....	43
2.4.2 Atualidade	44
2.4.3 Periodicidade.....	45
2.4.4 Publicidade.....	46
2.5 MODALIDADES COMUNICATIVAS E COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	48
3 PODER, HISTÓRIA E JORNALISMO	55
3.1 O JORNALISMO E A GUERRA CIVIL AMERICANA	57
3.2 O JORNALISMO E A GUERRA FRIA.....	63
3.3 O JORNALISMO E A GUERRA NO IRAQUE	65
3.4 O <i>ETHOS</i> JORNALÍSTICO	69
4 O JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE TRANSPARÊNCIA PÚBLICA	71
4.1 A DEMOCRACIA DIGITAL	72
4.1.1 Transparência e publicidade	75
4.2 A TRANSPARÊNCIA PÚBLICA DIGITAL.....	79
4.2.1 Transparência ativa e transparência passiva no Brasil.....	81
4.3 O JORNALISMO E OS DADOS PÚBLICOS DIGITAIS.....	86
4.4 O JORNALISMO E A LAI.....	92
5 OS PROCEDIMENTOS DE PESQUISA	97
5.1 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA: BOLA DE NEVE.....	97
5.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA: O QUESTIONÁRIO ONLINE.....	101
5.3 A REDE DOS JORNALISTAS.....	103
5.4 A REDE DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA	104
5.4.1 Modalidades comunicativas por formato	104
5.4.2 Modalidades comunicativas por temas	105
6 A ANÁLISE DE REDE DOS JORNALISTAS.....	106
6.1 O QUESTIONÁRIO: PONTO DE PARTIDA DA PESQUISA DE CAMPO	107
6.2 AS REDES DE JORNALISTAS.....	109
6.2.1 SA – Primeira Semente, Daniel Bramatti.....	109

6.2.2 SB – Segunda Semente, Juliana Bublitz.....	112
6.2.3 SC – Terceira Semente, Carlos Etchichury.....	114
6.2.4 SD – Quarta Semente, Cristina Tardáguila	116
6.2.5 SE – Quinta Semente, Kátia Cilene Brembatti.....	117
6.2.6 Centralidade dos nós (<i>degree</i>)	118
6.2.7 Intermediação dos nós.....	121
6.2.8 Proximidade dos nós	123
6.3 COMO OS NÓS PERCEBEM E FAZEM JORNALISMO	124
6.3.1 Sobre o <i>ethos</i> de fiscal do poder governamental	125
6.4.2 Acesso a dados públicos.....	126
6.4.3 Apresentação de dados aos leitores	128
6.4.4 Como os jornalistas percebem os constrangimentos do meio	130
6.4.5 Legitimidade de uso e apropriação de dados	132
7 AS MODALIDADES COMUNICATIVAS DO JORNALISMO	134
7.1 TIPOLOGIA.....	134
7.1.1 Tipos de modalidades comunicativas	135
7.1.1.1 Modalidade comunicativa estática	137
7.1.1.2 Modalidade comunicativa interativa	144
7.1.1.3 Modalidade comunicativa multimídia	151
7.1.1.4 Modalidade comunicativa personalizada	156
7.2 TEMATIZAÇÃO	165
7.2.1 Temas sensíveis.....	166
7.2.2 Temas vitais.....	169
7.2.3 Temas políticos.....	173
7.3 ANÁLISE GERAL.....	181
7.3.1 Por modalidade	182
7.3.2 Por tematização	184
7.3.3 As características evidenciadas no estudo	186
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	190
REFERÊNCIAS.....	196
ANEXOS	212
APÊNDICES	218

APRESENTAÇÃO

Esta tese sobre modalidades comunicativas do jornalismo carrega marcas da minha trajetória entre os campos de interesse ao longo de mais de 20 anos de formação em jornalismo. Um caminho percorrido entre academia e mercado, entre estudar a forma e formatar o produto e entre avaliar criticamente e ajudar a definir o enquadramento, os temas, os interesses. O jornalismo é movimento, existe na relação com o poder, é modificado pela e modifica a sociedade na qual está inserido. Portanto, jornalismo é poder, situação, oposição. Por isso sofre constrangimentos sociais, econômicos, tecnológicos e ao longo da história cria ou aproveita oportunidades para reforçar características essenciais do jornal e o papel social que dá sentido para sua existência: o *ethos* de fiscal e mediador do debate público na democracia.

Quando entrei na faculdade de jornalismo, em 1996, sonhava em ser correspondente internacional e escrever grandes reportagens investigativas para revistas nacionais. Com a ingenuidade dos meus 17 anos, eu acreditava que seria capaz de melhorar a imagem do meu país no Exterior por meio do jornalismo. Ainda adolescente, quando participei de um programa de intercâmbio de ensino médio – chamado de segundo grau nos anos 1990 – e morei no Texas, lembro de comprar o *Dallas Morning News* naquelas máquinas de venda de jornal que ficavam em praças e calçadas por 50 ou 75 centavos de dólar. Gostava de procurar as notícias sobre o Brasil no jornal, para me conectar com as raízes, na busca de um sentimento de pertencimento, cultura, enlace. No máximo, encontrava notas na editoria de economia sobre as tentativas de controle da inflação no Brasil ou na editoria internacional sobre violências no Rio de Janeiro. Foi lá que entrei em contato com a máxima “*If it bleeds, it leads*” (se sangra, é manchete). As escolhas das notícias me eram intrigantes. Foi durante o intercâmbio que decidi a profissão que iria seguir ao retornar ao Brasil. Em 1996 era graduanda em jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Quando retornei aos EUA em 2003, já jornalista e mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), sabia que as notícias não eram escolhas simples, havia uma combinação de fatores da organização, da sociedade, do mercado, influenciando na definição da notícia. Nesse período, entendi que o jornal era um ator político na sociedade democrática e disputava a definição da agenda pública com outros atores numa relação complexificada por questões tecnológicas. Entendi que os movimentos sociais organizados também eram atores que criavam estratégias próprias para entrar na disputa pelo debate público na mídia e na sociedade. Estudava o Fórum Social Mundial e os seus

enquadramentos pelos jornais. Identifiquei uma disputa da construção da imagem pública entre os atores notáveis que tematizavam o evento em canais próprios e os jornais que retratavam os estereótipos da diversidade de participantes. De fato, os jornais fragmentaram o evento, contando histórias pitorescas, mas por certo ajudaram a pautar o debate público sobre o fórum. Como diz a famosa frase de Bernard Cohen (1963) em *The Press and Foreign Policy*, a imprensa é mais do que uma simples fornecedora de informação e opinião, pois “o jornal pode não ser eficiente em dizer às pessoas o que pensar, mas é impressionantemente eficiente em dizer às pessoas sobre o que pensar” (COHEN, 1963, p. 13). Dizer sobre o que pensar está em alimentar o debate público sobre temas relevantes para a sociedade. Os jornais avaliaram o Fórum Social Mundial como noticiável, da Zero Hora ao New York Times (BRENOL, 2004). Da editoria de economia à editoria de comportamento, não bastava noticiar, era preciso tornar a notícia interessante para ampliar o alcance do debate.

De 2004 a 2014, me dediquei ao trabalho jornalístico em redações de jornais e portais de internet. Foram anos de aculturação a um meio com o qual havia lidado pouco na faculdade – a internet. Ao longo do período passei por aprendizados como repórter, editora, coordenadora. Percebi na rotina de redação o quanto as novas ferramentas e os novos canais digitais impactavam no fazer jornalístico. Também vivenciei a ascensão e queda dos acessos às capas de portais. Acompanhei o crescimento da penetração de sites de redes sociais como agentes de circulação da notícia, que passava a ser oferecida “incidentalmente” (algoritmicamente) ou por demanda. A hierarquia da informação editada na capa decaía na preferência do leitor. Ao mesmo tempo, blogs e perfis em redes sociais ganhavam seguidores e recordes de acesso. Notícias da editoria de política perdiam em número de acessos para notícias de comportamento e entretenimento. O leitor ganhou espaços de manifestação em comentários, em canais de produção autoral, em sites de redes sociais. A questão da sustentabilidade do jornal chegou à redação e entre uma reportagem e outra discutia-se modelos de negócios para “salvar o jornalismo”. A chamada transformação digital moldou tempos bastante confusos para se trabalhar em uma redação jornalística.

Em 2013 houve um acontecimento simbólico para a sociedade, em especial para as empresas de mídia. Eu trabalhava na redação de Zero Hora quando as chamadas “Jornadas de Junho de 2013” se insurgiram. O movimento que nasceu de uma insatisfação com o aumento da passagem de ônibus, conhecido inicialmente como Movimento Passe Livre (MPL), se constituiu em uma série de manifestações e passeatas de rua. Uma delas foi em uma noite na qual eu estava trabalhando no jornal quando a sede do Grupo RBS na esquina das avenidas

Ipiranga e Érico Veríssimo foi o palco da insatisfação social com cartazes com ditos como “não me representa” e “a imprensa mente”. Ficamos sitiados sem poder sair ou entrar no prédio do jornal até que a multidão dispersasse. Havia um questionamento generalizado sobre as instituições públicas e sobre a representatividade do jornal. Os leitores estavam ali para manifestar que não reconheciam o papel social do jornal.

No ano seguinte eu decidi deixar de fazer o jornal diário para estudar o jornalismo. Havia um sentimento amplo de nau à deriva, dos dirigentes de jornais aos redatores da ronda policial. O mercado enaltecia o empreendedorismo e as *startups*, bem como os negócios de cauda longa – segmentados por temáticas. Ao longo de quatro anos do curso de Doutorado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul pude pensar o jornalismo e o jornal ao mesmo tempo em que atuava como professora na graduação. A transformação digital, que afetou o mercado dos jornais, também afetaria o ensino e a pesquisa sobre jornalismo. A inovação em narrativas e novos formatos esteve no centro do meu interesse como pesquisadora, desde historicizar os 20 anos do webjornalismo (MIELNICZUK et al., 2015), analisar os recursos de interatividade e como eles vinham sendo usados pelos sites dos jornais (BRENOL; SPECHT; DORNELLES, 2017) até caracterizar narrativas imersivas em 360° (BACCIN; BRENOL; SOUSA, 2017) ou problematizar o impacto dos algoritmos na autocomunicação de massa (BRENOL, 2017).

1 INTRODUÇÃO

A minha trajetória profissional e experiências de vida me impulsionaram a estudar o jornalismo na internet, seu formato, seu conteúdo e suas características. Também a observar como o produto jornalístico é impactado pelo ambiente estruturado em e estruturador de bases de dados. Deste percurso chego ao tema desta tese: as modalidades comunicativas do jornalismo na internet com uso de dados públicos e como elas manifestam o *ethos* do jornalista de fiscal do poder e do jornalismo como mediador do debate público.

O tema desta pesquisa foi encorpado pela consolidação de políticas públicas de transparência digital dos governos, uma tendência nas democracias na era da internet ou da democracia digital – governos impactados por ferramentas de participação, deliberação e transparência. No Brasil, as leis de transparência ganharam maior visibilidade com a sanção da Lei de Acesso à Informação (LAI) – Lei nº 12.527 –, em 2011, que ampliou a obrigação dos poderes de criarem portais de transparência com insumos discriminados. Para o jornalismo, a possibilidade de acessar dados públicos na internet, seja por meio de portais de transparência ativa ou por meio de solicitação de informações nos canais de atendimento ao cidadão acrescentou um poder ao cidadão jornalista, para além das fontes tradicionais, assessorias de imprensa e outros recursos de investigação.

A relação do jornalista com a LAI foi adotada pelo campo de pesquisa em jornalismo com alguma ênfase no início dos anos 2010. A LAI também tem sido tema de artigos científicos e pesquisas acadêmicas que investigam os usos da lei pelos jornalistas (GENTILLI; SABINO, 2014; NASCIMENTO; RODRIGUES; KRAEMER, 2015; FRARE, 2014; GERALDES; SOUSA, 2016; BOTTREL, 2016, 2018; GERALDES; SOUSA; NEGRINI, 2017; DUTRA, 2015; GONÇALVES; STACCIARINI; NASCIMENTO, 2018). Na maior parte dos estudos, foram realizadas análises de conteúdo em notícias que citavam a LAI textualmente ou entrevistas com profissionais que a utilizavam. Os estudos evidenciam uma adoção crescente do acesso a bases de dados públicos como parte do processo de apuração jornalística, bem como analisam a prática da reportagem com dados públicos em jornais impressos e os formatos de notícia textual.

O problema desta pesquisa surge do tensionamento entre a forma e o conteúdo na representação dos dados públicos pelos jornais na internet. Neste sentido, são questões norteadoras do estudo as seguintes: sendo as bases de dados potencialmente interativas no meio internet, como esse recurso tem sido apropriado pelos jornais na internet? E como tem sido

apresentado ao leitor? O uso e a apropriação dos dados públicos aumentam a percepção do jornalista como fiscal do poder? Quais qualidades e constrangimentos são evidenciados nos trabalhos jornalísticos com dados públicos? Quais os temas de interesse público são evidenciados nesta prática?

A partir do tema exposto chegamos à seguinte **hipótese de pesquisa: as políticas públicas de transparência digital quando apropriadas pelo jornalismo por meio da manipulação de dados públicos transformados em modalidades comunicativas potencializam o *ethos* profissional de fiscal do poder e qualificam o papel social do jornalista como mediador do debate público na democracia contemporânea.** Essa produção de modalidades comunicativas foi intensificada a partir de políticas públicas de transparência digital que garantiram não apenas o acesso à informação por meio digitais como também especificaram a forma e o meio pelos quais o acesso seria permitido e dados públicos comunicados. O jornalista ao se reconhecer como fiscal do poder, ao desenvolver competências de uso e apropriação de dados digitais e ao transformar dados em informação e comunicá-los de modo universal, atual, com ampla publicidade, potencializa o *ethos* profissional. Ao reforçar o papel social profissional, os jornalistas estudados também posicionam o jornalismo como ator relevante para promover e ou fomentar o debate público em redes de comunicação pública afetando outros atores relevantes como os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e, muitas vezes, como mostra o resultado da pesquisa, os levando a tomadas de decisão de impactos social.

O objetivo geral da tese é identificar e categorizar as **modalidades comunicativas** do jornalismo produzidas a partir do uso e apropriação de dados públicos para verificar como a apropriação do acesso à informação por jornalistas reforça o *ethos* de fiscal do poder e o papel social do jornalismo de mediador do debate público. Como objetivos secundários: (1) elaborar tipologias de modalidades comunicativas com uso de dados públicos por meio da análise das características do jornal e do webjornal acionadas; (2) traçar relações entre os objetos estudados e a percepção do jornalista como fiscal do poder e mediador do interesse público; (3) identificar canais primários de transparência digital mais adotados pelos jornalistas; (4) destacar e analisar quais temas são mais abordados por jornalistas e identificar quais os temas não estão abordados nas modalidades comunicativas, através da classificação de temas sensíveis, vitais e políticos vinculados e (5) compreender possíveis constrangimentos e também possíveis qualificadores do jornalismo para a representação do interesse público por meio de modalidades comunicativas.

A **metodologia** adotada combina os seguintes procedimentos: pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo, questionário bola de neve, análise de rede e análise da forma e conteúdo. A pesquisa exploratória realizada para a qualificação de tese indicou uma fragilidade do procedimento metodológico para delimitar o *corpus* e definir uma amostra para análise, pois a exploração de produtos de mídia automatizada nos limitava a exemplares pouco praticados pelos jornais. A mudança de método permitiu inserir esses exemplares em uma categorização mais ampla das modalidades comunicativas com dados públicos, praticadas no Brasil.

Para abordar a questão, a tese está estruturada em sete capítulos. O capítulo dois resgata as características de uma “ciência dos jornais”, como Otto Groth elaborou em 1960. Na obra de Groth (2011) buscamos entender como o jornal foi caracterizado após a Revolução Industrial, com autonomia e vocação empresarial. Habermas (1984) auxilia a compreender os três estágios do jornal – publicador mercantil, de opinião e empresarial, também tipificados em 2004 como paradigmas de transmissão, opinião, informação e comunicação (CHARRON; BONVILLE, 2016). Da invenção do jornal à dita necessidade de reinvenção do jornal na internet, o capítulo sistematiza, por meio de pesquisa bibliográfica, a deontologia do jornal cercada por estudos sobre potencialidades, continuidades e rupturas, e características como objetividade (SCHUDSON, 2010), periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (GROTH, 2011) instantaneidade, interatividade, multimídia, hipertextualidade, personalização, ubiquidade, memória (CANAVILHAS, 2004, 2014; BARDOEL; DEUZE, 2001; DEUZE 2005, 2008; PAVLIK, 2001; PALACIOS et al., 2002; SALAVERRÍA, 2014; ROST, 2014; BRADSHAW, 2011, 2014). Os autores caracterizaram um conjunto de valores e papéis partilhados pelos jornalistas como elementos constituintes da “ideologia do jornalismo” (DEUZE, 2005, 2008). Para Deuze (2005), multimídia e multiculturalismo podem validar a forma da ideologia ocupacional do jornalismo conhecido e reconhecido internacionalmente. Essa identidade se estrutura em elementos e valores de sentido coletivo, entre eles, a atribuição do papel de prestador de serviço público (ou seja, fiscais do poder como *watchdogs*). Deuze ainda elenca objetividade, autonomia, instantaneidade e ética como pilares de “legitimação e credibilidade para o que os jornalistas fazem” (DEUZE, 2005, p. 446).

A pesquisa bibliográfica do capítulo três sobre o jornalismo e a relação com o governo passa pela construção social da profissão do jornalista (HUGHES, 1963; ZELIZER, 1992; SCHUDSON, 2010; TRAQUINA, 2018; ADGHIRNI, 2017). Para compreender a construção social, apresentamos um percurso por fatos históricos nos períodos de conflitos desde a Guerra Civil americana até a Guerra no Iraque passando pelas guerras mundiais, para problematizar a

relação entre o jornal e o poder, os repórteres e as fontes de governo na disputa pela mediação dos temas de interesse público (WOLTON, 2007; BASTOS, 2012, 2015; LÉVY, 1999; LIPPMANN, [1922, 1943] 2008; SCHUDSON, 2008, 2010; TRAQUINA, 2018; WILLIAMS; CARPINI, 2000; CASTELLS, 2015) e como o avanço da tecnologia entre os séculos XIX e XXI impactou as transformações no produto jornal e a relação com o leitor (BARDOEL; DEUZE, 2001; KOVACH; ROSENSTIEL, 2003; ZELIZER, 1992, 2007; BRUNS, 2003; FONSECA, 2008; TASCHNER, 1992).

No capítulo quatro, a pesquisa bibliográfica traça um paralelo entre as transformações da profissão e do produto jornal, a formação das redes de comunicação na democracia e as políticas públicas de transparência digital. O capítulo apresenta uma pesquisa bibliográfica para compreender a relação entre a publicidade e o poder (BENTHAM, 2011; SPLICHAL, 2016; WEBER, 2017) e os movimentos de visibilidade e invisibilidade nas políticas de transparência (MARGETTS, 2011; FENSTER, 2015; BARROS; SAMPAIO, 2017; SILVA; SAMPAIO; BRAGATO, 2016; MENDEL, 2009; DAHLBERG, 2011) governamentais implementadas a partir da internet. E conceitua o jornalismo de precisão, de dados, computacional, por meio de autores (DIAKOPOULOS, 2010, 2012; TRÄSEL, 2014; STAVELIN, 2013a; BARBOSA, 2007, 2013) que referenciam os jornalistas como intermediários competentes para traduzir bases de dados em formatos de entendimento universal.

Os capítulos de pesquisa bibliográfica evidenciam o uso corrente do conceito de modalidades comunicativas para referir a trabalhos de tradução de dados e informações em formatos universais do jornalismo que definem os contornos dos objetos de estudo analisados na presente pesquisa, bem como estruturam a base para a elaboração de tipologias. Essas modalidades comunicativas do jornalismo na internet agregam tipos de formatos a determinados conteúdos na combinação de características centrais do jornal com as especificidades do webjornal; considerando na junção e cruzamento entre eles as qualidades do jornal e ao mesmo tempo os constrangimentos que o ameaçam, afetando a relação com o público e a relação com os governos – como evidencia a pesquisa histórica da relação governo-imprensa durante as guerras no capítulo três. Também entendemos que as modalidades comunicativas do jornal na internet podem variar de acordo com o acesso à informação em bases de dados e ao desenvolvimento de programação para a internet – como evidencia o capítulo quatro.

O capítulo cinco apresenta os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa empírica: questionário online, análise de formato e análise de tematização. Descreve o percurso

da pesquisa para afunilar a amostra de modalidades comunicativas do jornal na internet que fazem o uso de dados públicos. Para selecionar as modalidades comunicativas a serem analisadas na pesquisa, adotamos o questionário online pelo método Bola de Neve (HANNEMAN; RIDDLE 2005; VINUTO, 2014) para que os próprios jornalistas que trabalham com o uso de dados públicos indicassem as publicações que melhor representam o campo. O questionário, composto por 12 questões, busca respondentes caracterizados como jornalistas, de jornal impresso ou webjornal, que trabalhem com dados públicos, busquem acesso à informação por diferentes fontes ligadas ao poder do Estado, conheçam outros jornalistas nesse perfil, apresentem os dados em diferentes formatos e conteúdos e reconheçam sites e jornais com modalidades comunicativas que expressem o *ethos* da profissão. A pesquisa de campo descrita acima, realizada por questionário online, forma o *corpus* de pesquisa no qual colheremos a amostra para a análise qualitativa das modalidades comunicativas do jornal na internet.

O capítulo seis oferece a sistematização da análise realizada pela pesquisa e elabora um quadro com os resultados. Entre os resultados mais relevantes estão as evidências que nos levam a identificar nas modalidades comunicativas com uso de dados públicos o acionamento de mais qualidades e menos constrangimentos para o jornalismo no ambiente digital. Inferimos que apesar de as notícias textuais serem o formato mais utilizado para publicação, os jornalistas almejam conhecer mais recursos para manipulação de dados, programação para a internet e inteligência artificial.

O capítulo sete apresenta a elaboração das tipologias de modalidade comunicativas em estática, interativa, multimídia e personalizada e as características de cada tipo, enfatizando uma referência mais frequente ao tipo multimídia e ainda um potencial de inovação em universalidade da ferramenta digital e promoção de debate público na tipologia de modalidades comunicativas personalizadas. A análise de tematização permitiu concluir que o tema mais frequente entre os jornalistas que utilizam dados públicos é a política propriamente dita relacionada à disputa de poder, à corrupção e às eleições. Outra questão relevante entre os achados está no fato de temas sociais sensíveis como preconceitos, discriminação, práticas religiosas e casamentos não aparecerem nas indicações de trabalhos, apontando para um espaço de crescimento destas modalidades comunicativas para ampliar o debate público.

Por fim, o capítulo oito apresenta as considerações finais da pesquisa em um texto que promove a discussão com a colaboração de ideias de autores abordados na pesquisa bibliográfica e embasamento teórico. O trajeto da pesquisa nos permitiu afirmar que as

modalidades comunicativas com o uso de dados públicos potencializam o papel social do jornalista como fiscal do poder e do jornalismo como mediador do debate público. Esta tese é entregue como um voto de esperança e uma associação à crença de que alimentar o debate público é provocar a discussão como substituta da guerra, considerando a opinião pública instruída um produto da democracia.

2 O JORNALISMO NA INTERNET

“O jornal quer e tem que se adaptar à correnteza em que se movimenta.”

(GROTH, 2011, p. 163)

No início dos anos 2000, o acesso à internet começava a se popularizar no Brasil e no mundo. Foi o período do estouro da chamada bolha pontocom, quando as ações de empresas de internet foram desvalorizadas na bolsa de valores e uma crise dos negócios digitais se estabeleceu em diferentes segmentos do mercado. Apesar dos negócios instáveis, o acesso e a conexão à internet eram crescentes. O jornal e as empresas de mídia, afetados pelo novo meio, se depararam com o que o brasileiro Rosental Calmon Alves, professor da Universidade do Texas, nos Estados Unidos, chamou de “reinventar o jornal na internet” em uma palestra proferida em 17 de março de 2001, no Ceará, no encontro da Sociedade Interamericana de Imprensa.

No texto, Alves (2001) aborda o tensionamento do novo meio em relação ao legado dos meios de comunicação de massa, sobre encontrar uma linguagem própria para o novo meio, sobre repensar o modelo de negócio, a publicidade no digital e a relação do jornal com a geração de nativos digitais. Para o autor, quando os jovens que não conheceram o mundo antes da internet chegassem ao mercado de trabalho “a busca de informações em bases de dados será a coisa mais natural do mundo” (ALVES, 2001, documento eletrônico).

Outro dia, vi uma caricatura interessante. Um pai mostrava ao filho adolescente um exemplar de jornal. O garoto, sentado defronte a um computador, parecia estar pegando num jornal (impresso) pela primeira vez na vida e dizia algo mais ou menos assim: "Muito interessante esta interface...um banco de dados de páginas estáticas, de fácil acesso, portabilidade". (ALVES, 2001, documento eletrônico).

As problematizações levantadas na palestra foram abordadas pelo campo da pesquisa em jornalismo nas últimas décadas. Mais especificamente a linguagem própria do meio tem se constituído em uma área de pesquisa aplicada vinculada ao jornalismo digital, jornalismo online, webjornalismo ou ciberjornalismo, termos similares para referência ao jornalismo produzido para e acessado pela internet, com contornos culturais. **Este trabalho adota como padrão o uso do termo jornalismo digital, pois entendemos como mais abrangente para contemplar o jornalismo praticado em meios digitais, nativos como a internet ou digitalizados como a televisão, através de diferentes protocolos de comunicação, web, apps**

ou mesmo objetos espertos como relógios e geladeiras por onde o jornalismo circule, considerando aspetos culturais do ciberespaço em um tempo online no sentido de conexão contínua. Esse campo entende a internet como um meio com capacidade de fazer rupturas e observar continuidades e potencialidades de características de outros meios ao permitir o uso convergente e coordenado de textos, bases de dados, fotos, vídeos e áudios forjando características genuínas.

Neste capítulo realizamos uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de sistematizar as características do jornalismo no ambiente digital, reconstituindo os estudos sobre webjornalismo (MIELNICZUK, 2003a, 2003b; PALACIOS et al., 2002; BARBOSA, 2007, 2013) e como as novas tecnologias forjaram características específicas (MIELNICZUK, 2000; 2003a, 2003b; 2004; PALACIOS, 2010; PAVLIK, 2005, 2014; BRADSHAW, 2011, 2014; CANAVILHAS, 2004, 2014; CANAVILHAS et al., 2016; ROST, 2014) frente à hiperconcorrência do ambiente digital num período caracterizado como pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013) e em transição paradigmática entre o jornalismo de informação e comunicação (CHARRON; BONVILLE, 2016) impactados por uma mudança significativa no consumo de informação provocado pela multiplicidade de canais, incluindo sites e aplicativos de redes sociais (CHARRON; BONVILLE, 2016; MIELNICZUK, 2000, 2003a; CASTELLS, 2003, 2013, 2015; CASTELLS; HAAK; PARKS, 2012; ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; SHIRKY, 2008; URICCHIO, 2011; PARISER, 2012; DIAKOPOULOS, 2013; NAPOLI, 2011, 2013, 2014).

Esse contexto de reinvenção do jornal tensionado pelo ambiente digital e suas características e especificidades provoca oportunidades para estudar a qualificação do jornalismo e os potenciais constrangimentos para os trabalhos produzidos. Ao final da pesquisa bibliográfica, propomos quadros de sistematização das principais características do webjornalismo, considerando o potencial de qualificação para os produtos jornalísticos e os constrangimentos gerados em decorrência das implicações contextuais de funcionamento da própria internet como meio. Esses quadros foram revistos no capítulo de análise desta tese.

2.1 A INVENÇÃO DO JORNAL

“Nós somos negociantes de frases”. Esse excerto dito na ficção pelo jornalista Vernou, personagem construído pelo escritor Honoré de Balzac na obra *Ilusões Perdidas*, caracteriza um olhar satírico para o jornalismo do século XIX. Era uma época de informação panfletária

na qual política e jornal não estabeleciam fronteiras claras, neste cenário Balzac caracterizou o político como o profeta do jornal. O jornalismo impresso passou por três fases reconhecidas: a mercantil, ligada às necessidades de um capitalismo em crescimento, moldada em pequenas empresas artesanais cujo interesse do editor era puramente comercial; o segundo momento vincula a imprensa de informação à política, ligada à disputa de poder na esfera pública, na qual os jornais tornaram-se instrumentos de disputa político-partidária e “um jornalismo literário passou a concorrer com a mera redação de avisos” (HABERMAS, 1984, p. 214); e a informacional, ligada a um modelo empresarial que visa o lucro em uma estrutura de sociedade burguesa (HABERMAS, 1984). Na primeira e segunda fases havia uma atuação intermediária do jornalista ao produzir informativos impressos, mas não havia um entendimento de deontologia da profissão ou mesmo do produto jornal como credor de um dever ético, autônomo e social.

A virada da primeira para a segunda fase se efetivou pela autonomização de uma redação, em especial, na Europa, com os jornais ditos cultos e com as revistas políticas. A intenção da primeira fase de obtenção de lucros caiu vertiginosamente para segundo plano, sendo os jornais considerados “o cavalo de batalha da aristocracia do dinheiro” (HABERMAS, 1984, p. 214). Também foi uma época em que as publicações derivavam de homens cultos e escritores que sustentavam o risco econômico, pagavam por conta própria o material e só aos poucos foram assumindo funções empresariais ou de proprietários de editoras. Nesta fase, em que a esfera pública se mostrava politicamente ativa, “as empresas jornalísticas consolidadas editorialmente resguardavam para as redações aquela espécie de liberdade que era, de um modo geral, característica para a comunicação das pessoas privadas enquanto um público” (HABERMAS, 1984, p. 215). É desta época que as redações se organizaram para uma imprensa que funcionava como mediadora e potencializadora da politização do público, não mais vista apenas como “mero órgão de transporte de informação” (HABERMAS, 1984, p. 216) e também diferente de um instrumento de uma cultura consumista. O jornal na segunda fase era um instrumento de debate político elitizado, vinculado a forças econômicas e aristocráticas.

A terceira fase do jornalismo caracteriza então a notícia como produto à venda, seja para anunciantes, seja para o cidadão leitor. Ela se estruturou a partir do estabelecimento do estado burguês de Direito. Essa migração de uma imprensa politizada para uma imprensa comercial acontece mais ou menos nos anos 30 do século XIX. Nesse período o jornal se transformou em um veículo de publicidade movido por meio do pagamento de espaços e páginas de anúncios pagos. O caráter do jornal passa a ser de uma empresa privada que visa o lucro, ainda que as

pequenas iniciativas politizadas resguardassem suas atuações. A imprensa comercial passou a ser subordinada à economia de mercado.

De acordo com o modelo liberal de esfera pública, as instituições do público intelectualizado estavam, assim, garantidas frente a ataques do poder público por estarem nas mãos de pessoas privadas. Na medida em que elas passam a se comercializar e a se concentrar no aspecto econômico, técnico e organizatório, elas se cristalizam nos últimos cem anos, em complexos com grande poder social, de tal modo que exatamente sua permanência em mãos privadas ameaçou por várias vezes as funções críticas do jornalismo. (HABERMAS, 1984, p. 221).

Esse pensamento crítico da organização da imprensa tensionou e moldou a área de pesquisa acadêmica a partir da consolidação de uma indústria de manufatura noticiosa. A constituição de problemas de investigação da imprensa com raciocínio científico começou a ser tangenciado a partir do século XIX. Estabeleceu-se então a imprensa, o jornal e o jornalista como objetos de estudos sobre e da práxis profissional. No século XX, as universidades criaram cursos de formação de jornalistas e programas de pós-graduação em diferentes países, inclusive no Brasil. Nesse período recente da história, há pouco mais de meio século, criaram-se conceituações não universais sobre a caracterização do jornalismo.

Um conjunto de autores de diferentes nacionalidades e tempos históricos construíram o pensamento teórico acerca do fazer jornalístico elaborando a deontologia da profissão cercada por conceitos e características como objetividade (SCHUDSON, 2010), periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (GROTH, 2011) instantaneidade, interatividade, multimídia, hipertextualidade, personalização, ubiquidade, memória (CANAVILHAS, 2014; BARDOEL; DEUZE, 2001; DEUZE, 2005, 2008; PAVLIK, 2001; PALACIOS et al., 2002; SALAVERRÍA, 2014; ROST, 2014; BRADSHAW, 2011, 2014). O jornalismo parece não se materializar com fronteiras bem definidas, ao contrário, suas fronteiras se formam, deformam e liquifazem assim como as relações se estabelecem, rompem e transformam continuamente e em mobilidade, considerando que "a vida líquido-moderna é uma recitação diária da transitoriedade universal. Nada no mundo se destina a permanecer, muito menos para sempre" (BAUMAN, 2005, p. 120).

Esse movimento tem sido sistematizado ora como mudanças e permanências, ora como crises cíclicas, ora como paradigmas do campo. A retórica da crise está vinculada a discursos sobre velocidade e degradação da qualidade do produto jornalístico recorrentemente associado na atualidade à internet, mas que pode ser observado também em retrospecto histórico. "Em 1897, um estudo sobre valores e práticas do jornalismo publicado na França, na *Revue bleue* denunciava as doenças do jornalismo" (MOURA; PEREIRA; ADGHIRNI, 2015, p. 13). Essas

fronteiras e delimitações de uma ideologia do fazer jornalístico foram talhadas nas últimas décadas, inicialmente debruçando os estudos sobre a prática, rotina de produção e conteúdos dos jornais. Autores caracterizaram um conjunto de valores e papéis partilhados pelos jornalistas como elementos constituintes da “ideologia do jornalismo” (DEUZE, 2005, 2008). Para Deuze¹ (2005), multimídia e multiculturalismo podem validar a forma da ideologia ocupacional do jornalismo conhecido e reconhecido internacionalmente. Esta identidade se estrutura em elementos e valores de sentido coletivo, entre eles, a atribuição do papel de prestador de serviço público (ou seja, fiscais do poder como *watchdogs*). Deuze, considerando estudos de Kovach e Rosenstiel (2003) e antecessores, ainda elenca objetividade, autonomia, instantaneidade e ética como pilares de “legitimação e credibilidade para o que os jornalistas fazem” (DEUZE, 2005, p. 446).

2.2. AS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO JORNAL

Na proposta de constituição de uma ciência dos jornais, Groth (2011), na obra *O poder cultural desconhecido* publicada pela primeira vez em 1960, destaca as quatro características do jornal, sendo duas relativas à forma, a periodicidade e a publicidade, e duas relativas ao conteúdo, a universalidade e a atualidade. Para o autor, só é possível extrair sentidos do todo do jornal se conhecermos as partes. O sentido é capaz de encaixar os elementos, ligar as características, definir forma, função, interação. Primeiro forma-se uma noção geral do objeto, depois a atenção se volta para as características, e na sequência à formação de tipos, subtipos e noções. Em relação ao jornal, Groth (2011) afirma que as características, ainda que passíveis de análise individualizada, são parte de um todo e é por meio da análise das partes que se pode conhecer a totalidade. O autor resume a imprensa de um país, de uma região, de uma cidade sob a palavra jornal, “não só os produtos, os jornais, mas os empreendimentos, divisões técnicas, econômicas e intelectuais, relações das pessoas empregadas neles, os procedimentos que ocorrem na produção, as organizações de apoio” (GROTH, 2011, p. 146). A periodicidade é tida como o elemento mais evidente da relação com o leitor, a universalidade e a atualidade como elementos inexoráveis ao conteúdo e a publicidade como direcionadora da qualidade que

¹ Tradução nossa para “multimedia and multiculturalism can be considered valid developments of how the ideology of journalism takes shape and is shaped by internationally acknowledged relevant issues of the day” (DEUZE, 2005, p. 442).

estabelece o sentido, o jornalismo só fará sentido quando houver amplo alcance público. Para o autor, a razão primária de tudo que é jornalístico é o mundo diante do leitor.

O entendimento de periodicidade está associado à característica que todos os jornais e revistas possuem e os diferencia de publicações semelhantes como cartilhas, circulares, panfletos. É uma característica do jornal em contraposição a uma notícia isolada, só na forma jornal periódico que o conteúdo forja uma realidade imaterial contínua. É a qualidade de retornar periodicamente, sendo parte constituinte da natureza do jornal ou de uma característica essencial da criação cultural. Mas a periodicidade não pode ser confundida com uma regularidade estrita, o retorno exato da aparição no mesmo momento; a perfeição da periodicidade está condicionada “à maior brevidade possível dos intervalos, a sequência mais rápida possível da sua republicação [...] e de concomitância entre acontecimento e publicação” (GROTH, 2011, p. 158).

A essência da periodicidade não está vinculada a um rigor temporal. A própria pontualidade do jornal é um constrangimento exterior provocado pelos tempos modernos, pela concorrência capitalista, pois o jornal depende do funcionamento exato, por exemplo, dos meios de transporte. Os suplementos editoriais ainda hoje não possuem a mesma periodicidade do jornal, nem são como os cadernos de editoria. Eles interrompem o rigor da periodicidade, mas não a periodicidade do jornal, ou seja, são uma parte e pertencem organicamente ao jornal, estão a serviço da edição completa, “da mediação contínua de mercadorias intelectuais atuais” (GROTH, 2011, p. 160).

O jornal irá se apressar às vezes, sair mais cedo se houver uma notícia altamente excitante para o público, ele vai até se atrasar se ainda estiver esperando por uma. A constância fixa dos períodos iria acorrentar o jornal, imobilizá-lo, torná-lo sem vida. Dele, que só pode exercer a sua índole na liberdade do movimento, iria roubar-se a capacidade de seguir o rio da vida, que, por causa de períodos de aceleração e desaceleração, de mudanças e interrupções, às vezes é largo, às vezes é estreito, às vezes é calmo, às vezes é torrencial. O jornal quer e tem que se adaptar à correnteza em que se movimenta. (GROTH, 2011, p. 163).

Groth (2011) entende que a periodicidade como regularidade, ainda que não vinculada a uma rigidez, permite reter acontecimentos atuais de percepção universal provocando a publicidade do fato para um público mais amplo, o que não poderia ser feito por uma notícia avulsa. A periodicidade é o elemento da repetição, meio através do qual se retém o que desaparece, fortalece o fraco, transforma indiferença e desconfiança em participação e certeza. Para o jornal do século XIX, ameaçado por constrangimentos, a periodicidade pode ser considerada como a própria duração, firmeza e conjunto de unidade no tempo e no espaço.

O fundamento da universalidade do jornal, segunda característica central da ciência dos jornais, tem relação com a fórmula primitiva da vida humana, com a sua situação no mundo, a sua relação com o externo e o entorno, sendo o jornal capaz de mediar “o conhecimento de todas estas relevâncias de todas as áreas da vida e da cultura, da sociedade em todas as suas partes” (GROTH, 2011, p. 172). Para Groth (2011), erram aqueles que atribuem ao jornal apenas a tarefa da notícia, e excluem dele o julgamento e a argumentação. O autor considera a universalidade do jornal como uma ferramenta para informar e direcionar a formação da opinião, por meio de julgamentos e argumentos capazes de orientar o cidadão e permitir que ele aceite, adote ou jogue fora na medida em que a relação do leitor com o mundo externo requisitar.

Se o jornal está mergulhado no mundo distante do homem civilizado moderno como um todo, então as definições que limitam o seu conteúdo às coisas de interesse do público em geral ou a coisas que são de interesse público, que servem ao bem público ou não os contraria, têm que ser dogmáticos, ditados a partir de um prisma de valor, tem que ser ideologias que não podem ser desprezadas da própria essência do jornal. (GROTH, 2011, p. 174).

O mundo diante do leitor, no entanto, não é uniforme, é diversificado e pode interessar mais a um grupo do que a outro grupo. A percepção do mundo pelo leitor segue quatro critérios: o pessoal – em parte relacionado ao conjunto externo, em parte individual; o substancial – os conteúdos abrangem a personalidade do indivíduo, corporal e intelectual; o espacial – distância do núcleo individual do mundo diante de si; temporal – atitude tomada diante do passado, presente e futuro. Assim, constrói-se o entendimento de que o jornal é o mediador do que é digno de saber sobre o mundo, aquilo considerado universal, necessariamente na perspectiva do presente, buscando a atualidade. “A partir da universalidade e da atualidade tornam-se claras a periodicidade [...] que também determina a publicidade” (GROTH, 2011, p. 178). A universalidade é o conceito do conteúdo de um jornal. Em termos de construção de universalidade do jornal, Groth (2011) exemplifica os jornais de partidos políticos como um conteúdo especializado, não se pode enxergar o mundo por uma lente condicionada a um partido, a um governo ou a um mundo concêntrico, tal como descrito pela segunda fase da imprensa de Habermas (1984). Porque o jornal possui mais de uma lente, com diferentes graus, através das quais o digno de saber é afetado pelo entorno do leitor em questões de mercado, em questões políticas, em diferentes contextos sociais e econômicos. Por certo, cada época carrega entre o objetivo e o subjetivo uma universalidade própria do espírito do tempo (*zeitgeist*).

A limitação do jornal tem relação com aqueles interesses não possíveis de serem mediados, “torna-se impossível uma mediação daquilo que não pode ser alcançado por algum tipo de embaraço ou insuficiências ou quando uma mediação não é permitida” (GROTH, 2011, p. 192). Assim, o conteúdo do jornal se limita ao que precisa ou suporta mediação pública. Assuntos fechados, artigos técnicos, sem mediação no sentido de adaptação ao padrão do periódico, sacrificariam a qualidade do jornal.

A universalidade de um jornal só pode ser a universalidade de um determinado tempo em um determinado lugar, tem que ser histórica e espacialmente limitada: conhecimentos e opiniões, costumes e aspirações, dados e ações naturais, técnicas econômicas, sociais, científicas, artísticas, morais e religiosas determinam como pressupostos e fatores a abrangência e o conteúdo da respectiva universalidade possível do jornal. (GROTH, 2011, p. 198).

Por certo, a mediação do jornal sobre temas universais é constrangida pela contradição ativa contínua de todos os interesses possíveis, do pessoal, do privado, do geral. Os interesses materiais ou imateriais do governo ou de grupos podem pressionar ou barrar o acesso do público e influenciar a publicação do jornal. Outro sentido atribuído à característica da universalidade do jornal é o potencial de funcionar como um instrumento socializador passível de integrar o leitor a uma totalidade no mundo físico e no mundo social. A universalidade do jornal funciona como um elemento de identidade e de identificação social do espírito do tempo para uma sociedade. Também traz o elemento integrador de uma nação e de uma cultura.

A terceira característica central do jornal designa a tarefa do jornal de mediar algo atual, presente. Atualidade tem relação com aquilo que cai no presente ou tem uma relação com o presente. Não necessariamente é vinculado ao novo, pois algo pode ser novo para mim, mas não estar associado ao tempo presente, ainda que o jornal acentue a novidade na atualidade. Para Groth (2011), a atualidade significa “uma proporção temporal, um período entre o momento da mediação (publicação) do jornal e o momento (vivência do presente) do ser e do acontecer a ser mediado” (GROTH, 2011, p. 225). A simultaneidade pode ser considerada o tipo ideal da atualidade, nunca alcançada completamente.

A variável intervalo de tempo impacta na nossa relação com a notícia. Quando a notícia não é mais atual falta nela a excitação do pensar e agir, falta a sensação que rodeia aquilo que é presente. A atualidade é tensionamento, comprime e distende, agrava, é dramática. “O ser ultrapassado é o perigo que paira sobre o jornal” (GROTH, 2011, p. 235), seja o medo de uma notícia ser superada por uma sequência mais nova ou o medo do concorrente ganhar a corrida pela publicação da notícia. Como Groth pontua, a medida da atualidade se encurtou

consideravelmente e a medida do presente também se contraiu. “Como nos séculos XVII e XVIII restava muito mais presente do que hoje, as notícias também se mantinham por mais tempo frescas, elas viviam mais do que hoje” (GROTH, 2011, p. 239). A atualidade também gera constrangimentos, no que Groth (2011) chama de degeneração intelectual e moral que a concorrência produz em função da pressa e da volatilidade que permitem erros e ilusões a serem publicadas no jornal.

Se tem que fazer-se concessão ao jornal, o jornalista não pode alegar isto para eximir-se da responsabilidade por todos os exageros e parcialidades, erros e pecados. Ele não pode admirar-se se o que for para ser verificado objetivamente apartar-se depreciativamente de um meio de informação que coloca a exatidão para trás por causa do alvoroço. (GROTH, 2011, p. 257).

De acordo com Groth (2011), o jornal e o público nunca conseguirão afastar as nocividades e livrar o presente das debilidades, das suas futilidades e dos seus desvios, mas eles podem ajudar-se mutuamente, com as menores perdas possíveis. O jornal publica também material não atual, ao qual o presente pode, por vezes, apenas fornecer o pretexto. São conteúdos que se apresentam atemporais e podem se formatar como novelas, romances, narrativas, contos, folhetins, poemas, ou ainda peças de entretenimento como anedotas, piadas, adivinhações, também podem ser materiais instrutivos sobre cuidados com saúde, educação e viagem. No século XIX, as mulheres e os setores mais amplos da sociedade passaram a figurar como grupos de leitores, especialmente dos materiais instrutivos e de entretenimento. Para Groth (2011), tanto a atualidade como a universalidade são indispensáveis para o cumprimento da tarefa do jornal de mediar os assuntos os quais se sobressaem no mundo diante do leitor. A periodicidade e a publicidade constituem as características da forma do jornal.

A publicidade do jornal tem relação com a acessibilidade do leitor ao jornal e com a notoriedade daquilo que o conteúdo traz, de forma que todos possam tomar conhecimento e não sejam excluídos da recepção do conteúdo. O significado objetivo também está associado a um sentido de estar aberto, estar diante de todo mundo e todos terem acesso, o oposto de travamento. Esse significado contribui principalmente com a imprensa periódica e com a imprensa diária como portadora e defensora do princípio da publicidade. Para o jornal, a publicidade se efetiva na propagação (distribuição) intensiva e extensiva dos exemplares e da notoriedade dos seus conteúdos. O periódico impresso tem como atributo o fato de um exemplar poder ser lido e consumido por inúmeras pessoas, na família, no bar, na cafeteria. Portanto, desenha-se aqui um duplo significado de publicidade até agora: propagação e conhecimento do tema (publicidade atual) e acessibilidade geral (publicidade potencial).

Nós também falamos de esfera pública (*Oeffentlichkeit*) ou de publicidade (*publicity*) como um conjunto indeterminado, não fechado desde o começo, de pessoas inúmeras, não diretamente ligadas umas às outras, que estão diante de um objeto, por exemplo, imprensa periódica, de seus produtos e das suas ofertas peculiares, que tomam uma atitude com relação a ele, que se comportam ativa ou passivamente. (GROTH, 2011, p. 245).

Do ponto de vista subjetivo, a publicidade se associa à esfera pública e tem relação com o circuito de pessoas. Nesse sentido, a publicidade abrange a opinião do público, a opinião pública, os meios de influência sobre essa, os meios de propaganda e os objetos (GROTH, 2011, p. 266). Nessa acepção, o jornal é considerado como objeto público, pois ele exerce uma função pública. Se a publicação for um empreendimento privado, enviado para um público específico e não estiver apto a propagar, então não são jornais, mas mensagens confidenciais ou privadas. O jornal como ideal deve ser produzido para uma quantidade indeterminada de pessoas. No entanto, a confidencialidade de uma mensagem pode superar consideravelmente a publicidade real de uma outra divulgada publicamente. Um rumor anda de boca em boca muitas vezes mais longe do que o jornal (GROTH, 2011). Para Groth (2011), no conceito de opinião pública, inserem-se três dos significados de público: opinião de um público, opinião sobre o que é público e o que é acessível e conhecido de maneira geral.

Mas o caráter público do jornal, não significa dar acesso ao público no sentido de acessibilidade básica de colaboração. “Estado e público querem clareza sobre os poderes e as personalidades que influenciam o conteúdo dos jornais e com isso a mentalidade geral” (GROTH, 2011, p. 268). Mas isso não significa o jornal como uma colaboração coletiva porque é impensável, seria uma “tragédia” para os editores e redatores, mas também para leitores e anunciantes. Essa ideia de publicidade está associada ao liberalismo, não aquele que proclama colaboração geral nas seções de texto e anúncios do jornal a partir da visão liberal, mas sim uma ideia e um ideal de liberdade de expressão e liberdade de imprensa. “As editoras e as redações têm de reservar para si a admissão de contribuições para as seções de textos, como de anúncios e a escolha dos seus colaboradores, exatamente em nome do interesse público” (GROTH, 2011, p. 269). Nesse sentido, Groth reforça o papel do editor apto a recusar anúncios ou espaços que contradigam a postura básica política, econômica, religiosa e moral do seu jornal.

A publicidade tem relação direta com a tiragem e abrangência do jornal, nacional, estadual, local. O jornal, na busca por rentabilidade, tende a tomar medidas para alcançar o público além do seu local de publicação. Para isso, propõe edições diferentes em temporalidade

e conteúdo, como produzir suplementos. São extensões do conteúdo, mas não muda a imagem como um todo do jornal. O Estado, a partir de políticas como a inserção de disciplinas sobre jornais em universidades, com aulas sobre jornais nas escolas ginasiais e profissionalizantes, estimularam estes alunos e seu entorno a uma leitura constante de jornal na vida. Historicamente o Estado manteve a imprensa periódica sob o seu poder pelo modo de divulgação pública. “A intensidade da difusão é influenciada indiretamente por meio de privilégio, concessão, fiança, de censura ou outro tipo de controle” (GROTH, 2011, p. 283).

Sob a influência da publicidade brotam e se desenvolvem as características mais marcantes do jornalista no bem e no mal, o altruístico e o egoísta, a compaixão com os outros e a entrega ao todo, a ambição e a sede, a ânsia por prestígio e a vaidade. (GROTH, 2011, p. 314).

Conforme explicita Groth (2011), por meio da acessibilidade geral do jornal periódico, é possível levar os instrumentos de poder da universalidade e da atualidade a produzirem efeitos. O autor afirma que o jornal se tornou um portador da democracia como um órgão de apoio imprescindível da sociedade moderna. O material atual e universal do jornal produz no público um efeito no qual ele funde as ideias com o seu próprio repertório existente, “aquele produz e multiplica em todos os grupos as equidades e as semelhanças das mentalidades, compele o pensar, o sentir e o querer na mesma direção, institui contatos e conexões [...] proporciona opiniões públicas em todas as áreas da vida” (GROTH, 2011, p. 315). Para o autor, o jornal desempenha um papel de *formar um povo* ao oferecer às camadas mais baixas da sociedade o material altamente qualificado direcionado igualmente a camadas mais altas (GROTH, 2011, p. 316).

A relação com o público leitor é imprescindível ao jornal para que ele possa ser ouvido sobre temas os mais variados, o risco dessa relação estreita é que os editores e jornalistas estejam dispostos a fazer favores, ceder a uma pressão econômica ou apoiar algum boicote deixando de lado o interesse amplo. “Do vínculo permanente com o seu público, ele obtém impulso e experiência, colaboradores voluntários se oferecerem” (GROTH, 201, p. 318). A construção de uma posição mais forte na sociedade moderna passa pela relação construída com o público por meio de quem o jornal fica sabendo de situações e acontecimentos de outra forma ocultos. Portanto, o jornal tornou-se o “órgão de controle importante, pode-se dizer o mais importante” (GROTH, 2011, p. 319).

A publicidade como conceito é ilimitada, ela significa a capacidade de abranger tudo, também é coletividade, no sentido de buscar a coletividade do homem civilizado, também busca alcançar todos os consumidores na terra, como ideal. O desenvolvimento técnico-econômico

ao longo do tempo atuou como um ampliador do limite da publicidade. A aceleração dos meios de transporte ferroviário, terrestre, aéreo permitiram aumentar a distribuição do jornal. Também o telégrafo, telefone, rádio e teletipo incrementaram a vantagem na transmissão da notícia mais rapidamente. “O transporte dos exemplares de jornais custa hoje muito mais tempo do que o envio de notícias” (GROTH, 2011, p. 280). O autor identifica que não só os grandes jornais, mas também os pequenos com caráter puramente local encontram muitas vezes leitores em lugares remotos, distantes, interessados mais no material que cria laços afetivos com o local de origem ou de interesse do leitor. O elemento da atualidade perde importância porque o interesse está mais vinculado ao sentimento do passado ou de afetos que proporcionam uma fidelidade. São motivos mais emocionais do que jornalísticos.

Portanto, nos alinhamos ao pensamento de Groth (2011) não apenas na definição das características, mas no entendimento do jornal como um objeto público que exerce a função pública de mediador daquilo que é universal para uma sociedade em um determinado tempo e espaço.

2.3 AS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO WEBJORNAL

O transporte do jornal materializado em um produto físico analógico se transforma em onipresença no meio digital. O transporte das notícias passa a ser mediado pelo ambiente numérico (RAMOS, 2016) e adquire a linguagem do novo meio (MANOVICH, 2001, 2013). As características essenciais do jornal identificadas por Groth (2011) encontram expansões no meio digital, com equivalências e discrepâncias, continuidades, potencialidades e rupturas, qualidades e constrangimentos (CANAVILHAS, 2004, 2014; BARDOEL; DEUZE, 2001; DEUZE, 2005, 2008; PAVLIK, 2001, 2014; PALACIOS et al., 2002; PALACIOS, 2003; MIELNICZUK, 2000, 2003a, 2003b; SALAVERRÍA, 2014; ROST, 2014; BRADSHAW, 2011, 2014; BARBOSA, 2007, 2013; BASTOS, 2012, 2015). As transformações no jornalismo foram abordadas a partir de diferentes perspectivas como mudanças e permanências (MOURA, PEREIRA; ADGHIRNI, 2015), como tipologias históricas teoricamente constituídas por períodos paradigmáticos (HABERMAS, 1984; CHARRON; BONVILLE, 2016; ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013), em um conjunto de estudos do campo das pesquisas de comunicação de massa, signatária dos legados do eixo funcionalista (LASSWELL, 1927), da teoria crítica e da sociologia interpretativa (TUCHMAN, 1978; MOLOTCH; LESTER, 1974; SCHUDSON, 2008, 2010).

Os estudos das características do jornal na internet se atêm ao produto como objeto de pesquisa específico, no caso desta investigação sobre modalidades comunicativas como parte do jornal. Isolar o objeto tem como objetivo extrair dele as especificidades e a partir das evidências recontextualizá-lo e perceber as implicações da transformação. Ao pensar as características do jornal na internet, Bardoel e Deuze (2001) levantaram quatro elementos: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palacios adicionou ainda a memória e a instantaneidade do acesso como características do meio, por possibilitarem a atualização contínua do material informativo (PALACIOS et al., 2002). Para Mielniczuk (2003a), as características que constituem o webjornalismo ficaram assim definidas: interatividade, customização de conteúdos ou personalização, hipertextualidade, multimídia ou convergência e memória. Em 2014, Canavilhas reuniu em um livro artigos de pesquisadores da área para consolidar em sete as características que marcam o webjornalismo. Além dos cinco elementos citados acima, Bradshaw (2014) conceitua e amplia a instantaneidade e Pavlik (2014) a ubiquidade.

A interatividade era reivindicada por outros meios antes da internet, o rádio por meio da fala pelo telefone e a televisão por meio da participação seletiva em votações pelo telefone, até mesmo pelo jornal impresso, por meio do espaço para carta do leitor e outros. Mas a internet é tida como o meio interativo na essência por permitir que o leitor possa fazer parte da experiência da notícia (BARDOEL; DEUZE, 2001, p. 95). Os espaços para interatividade foram se expandindo na medida em que os recursos tecnológicos avançaram e permitiram modalidades seletivas e comunicativas (ROST, 2014) mútuas e reativas (PRIMO, 2008). E então, o leitor passou a ocupar espaços em trocas de e-mail com o jornal, por meio de comentários nas notícias, enquetes, *quizzes*, compartilhamentos em mídias sociais, espaços de perfil do leitor ou colaboração de jornalismo participativo, sugestão de pauta e outros. Para Palacios et al. (2002), a interatividade se constitui de processos interativos no qual o leitor estabelece relações com a máquina, com a publicação e com outras pessoas por meio da interface de interações. A interatividade atribui ao leitor o poder de influenciar no conteúdo do jornal de forma mais direta e ampliou o constrangimento do editor e do repórter cada vez mais vigiados e questionados pelo público leitor.

Durante a primeira década e meia de internet, antes da popularização dos sites de redes sociais como canal de distribuição de informação e de notícias, os jornais online abriram possibilidades de colaboração do leitor em espaços destinados não só aos comentários, mas também para produção textual e fotográfica de autoria dos leitores constituindo o chamado

jornalismo colaborativo (BELOCHIO, 2009, 2010). Os canais de colaboração eram considerados espaços mediados pelo jornal para que se estabelecesse a relação de interação entre o jornalismo profissional e o amador.

A multimídia como característica do webjornalismo está relacionada a mais de um significado. O mais aceito diz respeito à convergência dos formatos de mídias tradicionais e à conjugação de texto, imagem e som na narração do fato jornalístico. Salaverría (2014) defende que multimídia é a capacidade de acionar e afetar os cinco sentidos humanos a partir da narrativa. O produto multimídia tem o potencial de estimular a visão pela imagem, a audição pelo estímulo do som, o tato pelo comando de toque dos teclados ou das telas de interação, o sentido do olfato ou paladar pelas narrativas imersivas que criam uma ambientação de experiência participativa. Salaverría (2014) ainda afirma que essa característica vai além da conexão de diferentes formatos. O autor adiciona três atribuições: multiplataforma – ocorre quando meios diferentes coordenam as suas estratégias editoriais e/ou comerciais para atingir um resultado melhor em conjunto, polivalência – em linhas gerais, retrata o perfil do jornalista incumbido de várias demandas, anteriormente executadas por profissões diferentes, combinação de linguagem – a possibilidade de combinar ao mesmo tempo múltiplos formatos comunicativos: texto, fotografia, iconografia e ilustração, gráficos, vídeos, animação digital, discurso oral, música e efeitos sonoros, vibração. O autor enumera oito elementos da narrativa 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração (SALAVERRÍA, 2014, p. 33).

Salaverría (2014) destacou a relação com a escolha da plataforma, com os diferentes formatos, com as linguagens adotadas que determinam também competências e contextos nos quais os produtos podem ser produzidos. Já Deuze (2005) acredita que a multimídia pode ser percebida como uma característica ampla capaz de moldar não apenas o produto jornal na internet, seus elementos, como também a identidade do próprio jornalismo. “Eu puxei para um argumento mais holístico baseado no pressuposto de que a multimídia assim como o multiculturalismo são fatores de mudança quando vistos pelo jornalista²” (DEUZE, 2005, p. 451).

² Tradução nossa para “The multimedia journalist has to make decisions about what kind of platforms to utilize when practicing his or her craft, and in the case of multimedia productions has to be able to oversee story ‘packages’ rather than repurposing single stories in multiple formats. This relates to organizational features of convergent media and the competences of journalists working in such new media contexts.” (DEUZE, 2005, p. 451).

Para Mielniczuk (2003a, p. 158), a hipertextualidade é a característica original da internet e antecede as demais características porque "para aplicar qualquer recurso relacionado às características da multimídia, interatividade, memória, personalização e atualização contínua é preciso fazê-lo através do esquema de lexias e links". A hipertextualidade traz o aspecto de oferecer a informação sobre a informação – recursos para aprofundar conteúdos para além da notícia. O hipertexto jornalístico é identificado pelo uso do link para remeter a uma explicação, novo conceito ou notícias relacionadas, com o objetivo de contextualizar e aprofundar o conhecimento do leitor sobre o assunto. A web é por natureza um grande hipertexto, potencialmente estruturada em bases de dados indexadas por palavras-chaves e links, programados para serem rastreados pelo uso. As demais características servem como contextualização das potencialidades e formatos narrativos. Memória e atualização contínua são, igualmente, possibilitadas pelo hipertexto, como lexias com finalidades específicas. A personalização talvez seja a característica menos dependente do hipertexto, aplicando-se a recursos como o e-mail, enquetes, fóruns, entre outros. E para acesso ao recurso disponibilizado, é necessário fazer uso do link. Mielniczuk (2003a) considera, portanto, a hipertextualidade a mais importante das características.

Palacios et al. (2002) acrescentam memória como uma característica do produto webjornal. Na internet, sem limite de tempo e espaço, como em outros meios, tanto o leitor como o jornalista podem acessar informações cumulativamente, desde que estejam disponíveis. Os mecanismos de busca, como o algoritmo de indexação de dados de empresas como o Google e o Facebook, bem como os acervos de edições históricas de jornais, são exemplos de memórias acessíveis por meio da indexação de dados e palavras-chaves que são buscáveis pela memória digital. “A possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é a maior ruptura a ter lugar com o advento da web como suporte mediático para o jornalismo” (PALACIOS et al., 2002, p. 8). Palacios et al. (2002) também identificam continuidades e potencializações nas características do webjornalismo listadas, não como superação dos suportes anteriores. Um jornal impresso, por exemplo, pode ser multimídia ao utilizar texto, fotografia e infografia, mas é potencializado no digital ao transformar-se em uma linguagem dinâmica, audiovisual, imersiva, entre outras possibilidades tecnológicas.

A instantaneidade está relacionada ao encurtamento entre o tempo do acontecimento ou da descoberta de uma informação nova e o tempo da publicação. A concorrência entre os sites noticiosos provoca uma aceleração na velocidade da disputa, que sempre existiu entre diferentes veículos e suportes como TV, rádio e jornal. Se o jornal dava a manchete primeiro de manhã,

as emissoras de televisão e rádio disputavam quem conseguiria a primeira sequência do fato e assim sucessivamente. Quando as informações circulam em fluidez no tempo, o jornalista pode ser o primeiro a publicar, bem como o leitor também pode se adiantar em seus perfis em sites de redes sociais. A rede de relações se encarrega de espalhar a informação na comunidade. O leitor vive ao redor e com a informação 24 horas e “a maior parte desta informação é social, parte entretenimento ou notícia ou informação produtiva” (BOYD, 2010, p. 28). A instantaneidade pode ser percebida na publicação – quem “dá primeiro” – no consumo – quem acessa primeiro – na distribuição – quem compartilha primeiro. Quando o acesso à notícia se torna social, a distribuição que antes estava a cargo das organizações jornalísticas detentoras dos meios de produção, canais e da logística de distribuição passa a ser desafiada.

O que o Twitter e o Facebook adicionaram foi a infraestrutura de distribuição: a possibilidade para que aqueles livestreams, imagens, livros-áudio e textos fossem entregues a centenas de milhões de usuários. É neste ponto que a principal vantagem competitiva do publishing (jornalismo) tradicional está sendo desafiada. (BRADSHAW, 2014, p. 114).

Uma preocupação relacionada a esta característica é a falta de filtro para a verificação da informação e do texto em função da velocidade desenfreada. A instantaneidade pressiona pelo imediatismo, pois o repórter sabe que pode ser ultrapassado não apenas pelo concorrente, mas também pelo leitor. A consequência é a simplificação das etapas de produção da notícia antes da publicação, com menos revisão, maiores os riscos de equívocos e erros transparecerem. A internet que propicia o espalhamento do erro e de informações falsas, no entanto, também fornece recursos para conferência de origem do conteúdo. Softwares de verificação de manipulação de imagens e de checagem de metadados para fotos e vídeos, mecanismos de busca com pesquisa avançada, e pesquisas de rastros de pessoas em perfis de sites de redes sociais (quanto tempo a conta da mídia social existe, quem está conectado e quem se comunica com esta) e outros recursos podem ser utilizados para verificação dos fatos e evitar que jornalistas – ou mesmo o leitor – reproduzam informações não confirmadas (BRADSHAW, 2014). A instantaneidade no webjornalismo tende a ser hipervalorizada “sobrepondo-se a outros critérios fundamentais para a qualidade da notícia” (BASTOS, 2012, p. 292).

Outra característica do webjornalismo é a ubiquidade, qualidade de ser encontrado em qualquer lugar, simultaneamente. “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). O autor identifica quatro consequências da ubiquidade para o jornalismo. A primeira é ampliação e

aceleração da participação do cidadão na produção e distribuição das notícias, gerando colaboração, mas também um desafio para as redações monitorarem e incluírem como fonte ou coautoria. A segunda consequência é o recurso de geolocalização das informações, geralmente obtida pelo sistema de geoprocessamento de dados (GPS). Esse recurso possibilita novos formatos de narrativa geolocalizadas e imersivas.

Isto capacita outras pessoas em qualquer lugar a acessar o conteúdo pela localização. Reportagens em vídeo de um evento podem ser vistas acompanhadas de um mapa interativo que fornece uma melhor percepção do espaço, usando computadores tradicionais e aplicações web de mapas, como o Google Maps. Geolocalização é um aspecto do Big Data, na medida em que permite o mapeamento ou outras análises de conteúdos geolocalizados. (PAVLIK, 2014, p. 174).

A terceira consequência da ubiquidade para o jornalismo é o acesso ao *big data* e a possibilidade de produção de jornalismo guiado por dados. A conectividade ubíqua possibilita novas competências como a coleta de grandes volumes de informações online, muitos deles disponíveis online para mídia e para os jornalistas trabalharem desde a redação a partir da leitura e interpretação dos dados com auxílio de softwares. E a quarta consequência é o declínio da privacidade e aumento da vigilância do cidadão pelo Estado, câmeras em ruas públicas de grande circulação, dados de pessoas físicas em cadastros estatais, bases de dados digitais e outros recursos capazes de mapear o comportamento do cidadão são adotados pelos governos.

Quando combinados com tecnologias governamentais e corporativas para análise de grande volume de dados, a natureza ubíqua da tecnologia digital pode ser pensada como o panóptico do século XXI. Jeremy Bentham concebeu o panóptico, em 1771, como uma nova forma de prisão na qual o comportamento dos presos poderia ser controlado por um olho que potencialmente avistaria tudo. A natureza ubíqua das tecnologias digitais no século XXI instaura a noção de um panóptico global de forma taxativa. Sabendo que são constantemente observados, os cidadãos podem encontrar uma forte motivação para limitar seus comportamentos, incluindo a comunicação, para formas que provavelmente não desafiam o regime no poder. O panóptico do século XXI pode criar um profundo efeito inibidor sobre a divergência. (PAVLIK, 2014, p. 178).

O jornalismo ubíquo, em especial em dispositivos móveis, foi conceituado e estudado por outros autores na análise de produtos como SMS, *wearables* e aplicativos de organizações noticiosas (SILVEIRA, 2018; PELLANDA et al., 2017). Por outro lado, a sociedade da vigilância também vem produzindo reação da sociedade civil que se mobiliza cada vez mais por controles legais e regulatórios para o uso destas informações.

A customização do conteúdo, também chamada de personalização ou individualização, está relacionada ao agir do leitor em relação ao jornal. A customização pressupõe que o leitor

possa ter uma experiência individual a partir das suas escolhas, como por exemplo, em recursos de “*pull e push*” (BARDOEL; DEUZE, 2001). As notificações (*push*) tornaram-se bastante comuns no jornalismo digital móvel mediado por smartphones. Os mecanismos de busca e a pesquisa em bases de dados ou arquivos específicos do jornal (*pull*) também são recursos cada vez mais avançados de personalização de consumo do jornal.

Pode ser considerada como personalização a possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto. Cada leitor construiria um produto individualizado, "fruto de sua leitura (suas escolhas individuais) pelos caminhos oferecidos na narrativa hipertextual. Isto significa que dois leitores, ao navegarem pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos" (MIELNICZUK, 2003a, p. 46). O maior desafio é desenvolver nos produtos jornalísticos de mídia uma arquitetura programada para gerar interações adequadas ao tempo, ao espaço e ao contexto do leitor. A personalização pode ainda estar a cargo do algoritmo alimentado a partir do aprendizado da máquina usada pelo comportamento do leitor (PARISER, 2012) ou pela programação de novas arquiteturas narrativas interativas (CANAVILHAS, 2014). Os algoritmos podem desenhar um contexto adaptado ao universo de cada leitor, o que aparenta ser positivo, “é um lugar confortável, povoado por nossas pessoas, coisas e ideias preferidas”. (PARISER, 2012, p. 13). No entanto, a bolha invisível traz menos trocas culturais, gera menos espaços para aprendizados e constrói barreiras virtuais para construções de novas percepções. Pariser (2012) aponta que a troca das informações coletadas pelos algoritmos pode trazer um custo alto às decisões de cada usuário, ou seja, o usuário paga um “preço” elevado para conceder os seus dados.

A personalização se baseia numa barganha. Em troca do serviço de filtragem, damos às grandes empresas uma enorme quantidade de dados sobre a nossa vida diária – dados que muitas vezes não dividiríamos com nossos amigos. Essas empresas estão ficando cada vez melhores no uso desses dados para traçar suas estratégias. No entanto, muitas vezes acreditamos excessivamente que essas empresas irão cuidar bem dessas informações, e, quando nossos dados são usados para tomar decisões que nos afetam negativamente, em geral não ficamos sabendo. (PARISER, 2012, p. 16).

A sofisticação dos algoritmos tem relação com a aprendizagem automatizada, ou seja, quanto mais compartilhamos os nossos dados e quanto mais consumimos mídia em plataformas logadas em perfis pessoais, maior o potencial de filtragem e recomendações. Como consequência, as pessoas acessam cada vez menos as publicações de usuários com perfis diversos, e isso inclui páginas de portais de notícias. “Os leitores de informações assim são reduzidos às suas preferências, ao que consomem. A *agenda setting* passa a ser pessoal, única,

personalizada e determinada por seus desejos”. (CÔRREA; BERTOCCHI, 2012, p. 8). Passamos a notar uma *curadoria algorítmica* em disputa à humana. No caso do jornalismo, ela é organizada a partir de programação digital que, assim, seleciona, classifica, organiza e apresenta uma informação.

O filtro-bolha provoca a chamada “síndrome do mundo bom”, que passa a falsa impressão de que não há problemas públicos a serem discutidos – pois o feed de notícias em sites de redes sociais dificilmente exhibe tais assuntos. Dessa forma, o produtor de notícias e conteúdo também passa a ser desafiado pela síndrome.

Um dos efeitos colaterais preocupantes da síndrome do mundo bom é o desaparecimento de alguns importantes problemas públicos. Pouca gente busca informações sobre pessoas sem teto, ou as compartilha. Em geral, problemas ásperos, complexos e que demandem tempo – ou seja, boa parte das questões realmente importantes – não costumam prosperar na internet. No passado, confiávamos em editores humanos, que traziam esses problemas cruciais à tona, mas a influência desses profissionais é cada vez menor. (PARISER, 2012, p. 103).

Uma outra perspectiva de personalização aborda a projeção de produtos jornalísticos não como coberturas factuais, mas como conteúdos perenes e interativos que possam ter utilidade ao longo do dia, mês e ano. Na visão de Lorenz (2014), o produto notícia pode transformar-se em algo parecido com um livro "um conjunto de informações, talvez sobre um só tema ou sobre um interesse particular do utilizador" (LORENZ, 2014, p. 138). Esse conteúdo se conformaria como um serviço de "qualidade e interesse necessário para convencer os utilizadores de todo o mundo" (LORENZ, 2014, p. 138).

Lorenz (2014) aponta seis graus de personalização sendo o primeiro a responsividade, ou seja, a capacidade de adaptação dos conteúdos a diferentes tamanhos de telas e dispositivos. O segundo grau seria a geolocalização e o espaço de tempo que pode ser automaticamente identificado oferecendo conteúdos diferentes no período da manhã e da noite. O autor chama de interação significativa a possibilidade de colaboração e aprendizagem, como espaços de Wikipedia e outros nos quais o leitor possa ser consumidor e produtor. O quarto grau pressupõe uma ajuda na tomada de decisão do leitor a partir da interação com o conteúdo. O autor apresenta exemplos de infográficos interativos que auxiliam a calcular se é melhor pagar aluguel ou comprar imóvel próprio, de acordo com os dados pessoais do leitor.

Além da possibilidade de comprar uma casa, temos muitas mais situações como esta: o que é melhor – comprar um carro novo ou um usado com um ou dois anos? E seguros? Investimentos na bolsa? Educação para as crianças? Explorar carreiras diferentes e profissões, perguntar até quando tem de andar na escola, quanto podes

fazer por mês num nível mais baixo ou no mais alto possível nessa profissão? (LORENZ, 2014, p. 148).

O quinto grau de personalização tem relação com os dados gerados a partir da interação do usuário com os conteúdos e avaliação dessas métricas para ajuste do processo e é o que o autor chama de recalibragem. As métricas ajudam os jornalistas a compreenderem o uso que é feito dos conteúdos, por quem, em qual tempo, em quais dias e horários e assim ajustar a oferta. E o sexto grau é a adaptação para mudar de acordo com as informações e feedbacks que as aplicações receberem. Antes da visualização do produto, há uma organização de informações em estruturas racionalizadas programadas para que possam ser acessadas pela narrativa. As narrativas são apresentadas em interfaces. Uma construção simples cria um atalho para uma base de dados. Num exemplo mais complexo, a interface organiza e hierarquiza as informações extraídas de bases de dados.

A base de dados constitui uma lista de informações culturais indexadas e acessíveis ao usuário para navegação: websites, buscadores, plataformas de redes sociais, repositórios de dados públicos, etc. São estruturas programadas para organizar os conteúdos em uma lógica de indexação que geralmente é pesquisável, permite inserção de informações e documentos, permite a extração dos dados. Também são essas bases de dados que constituem o centro criativo da produção de conteúdos com computadores ligados à internet. Ou seja, um objeto de mídia é uma interface para uma ou mais bases de dados.

Para Manovich (2001), a relação entre bases de dados e as narrativas não é pacífica. O autor chega a afirmar que "base de dados e narrativas são inimigas naturais" (MANOVICH, 2001, p. 225). As bases de dados representam o mundo em lista e as narrativas geram uma ordenação de sentido, causa e efeito, provocando uma competição pelo mesmo território da cultura humana. No caso da narrativa linear, as escolhas estão definidas antecipadamente, há um narrador, uma sequência de eventos, um enredo, sem necessária interconexão com bases de dados interativos. Ainda que seja possível identificar as diferenças nas formas desses "inimigos", criar uma narrativa a partir de objetos de mídia pode ser entendido como uma construção de interface para base de dados. Ou seja, mesmo a narrativa linear pode conter objetos de diferentes bases. O autor compara as narrativas aos jogos eletrônicos e a relação dos mesmos com o algoritmo de programação que processa a lógica da navegação do usuário pelo conteúdo. Da mesma forma que o jogador, o leitor tem a capacidade de reconstruir a lógica do algoritmo elaborado pelo autor, a escolha dos personagens, os eventos, os critérios. Portanto, para Manovich (2013), as bases de dados associadas aos algoritmos moldam diferentes formas

culturais. Nós entendemos que as bases de dados associadas à linguagem de programação moldam as interfaces e constituem modalidades comunicativas nativas da internet.

2.4 CONTINUIDADES E POTENCIALIZAÇÕES

Os conceitos de webjornalismo apresentados acima foram sistematizados em tabelas a partir das características essenciais do jornal de Groth (2011): universidade, atualidade, publicidade e periodicidade. A proposta é identificar na pesquisa bibliográfica como as características do webjornalismo podem se conformar em potencializações e continuidades das características essenciais com suas qualidades e constrangimentos.

2.4.1 Universalidade

A universalidade para o jornal está vinculada ao conteúdo editorial capaz de criar uma identidade e uma identificação social no indivíduo e na relação com a sociedade em determinado tempo e espaço. Para Groth (2011) essa identificação é construída por notícias, mas também em julgamentos e argumentações. Essa característica essencial tem como qualidade o aprofundamento, atribuição de contexto e adaptação do conteúdo ao meio e suas circunstâncias. No webjornal, pode ser relacionada à hipertextualidade no sentido de ampliar o conhecimento por meio de extensões do conteúdo, mas também pode estar suscetível ao constrangimento de remeter o leitor a um ambiente externo ao jornal e diluir o poder de identificação social. Ao mesmo tempo, a memória no digital é qualidade ampliada pela própria hipertextualidade ao acessar bases de dados capazes de produção de sentidos e historicidades ao passo que o acesso por demanda ou por mecanismos de busca e outras programações podem provocar constrangimentos. Esses recursos associados à personalização ou customização do conteúdo podem levar o leitor a uma notícia ou texto do acervo do jornal descontextualizado, defasado ou assíncrono, provocando desinformação mesmo que a notícia tenha sido coerente à época da sua publicação. A relação entre a característica essencial e suas potencialidades no ambiente digital está esquematizada ponto a ponto na Quadro 1, abaixo.

Quadro 1 – Características essenciais do jornal e do webjornal: universalidade

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
UNIVERSALIDADE	Hipertextualidade, multimedialidade, memória, personalização	Aprofundamento e contexto, adaptação ao meio	Recursos fora do todo do jornal por meio do hiperlink que remete a informações em outros domínios; Quebra da linearidade da narrativa de autor, provocando a distração do leitor ao clicar no hiperlink sem concluir a leitura; Tensionamento com o algoritmo automatizado capaz de criar hipertextos relacionados de forma automatizada fora de contexto.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Groth (2011), Bardoel e Deuze (2001), Palacios et al. (2002) e Palacios (2003).

A universalidade está potencializada na hipertextualidade, multimídia, memória e personalização destacando o aprofundamento como principal qualidade atribuída à característica bem como a provocação de constrangimentos de ligações externas como hiperlink para fora do ambiente do jornal e outros tensionamentos do meio, conforme descrito no quadro.

2.4.2 Atualidade

A atualidade está para o jornal representada pela relação com o presente, não necessariamente com o novo ou inédito. O tempo presente remete para a simultaneidade, a menor distância possível entre a mediação do fato – a publicação – e o acontecimento. No webjornal, essa característica é impactada pela instantaneidade relativa ao tempo da publicação e ao tempo presente. Para o leitor, a notícia ou o texto já lido ou já visto perde o valor na medida em que novos textos sobre o fato são distribuídos. Essa dinâmica da busca do publicar antes da concorrência pode levar o jornal a precipitações que afetem a legitimidade e a credibilidade do mesmo. Uma publicação apressada e não verificada gera o constrangimento de uma despublicação, correção e reclamações dos leitores em espaços de interações. A atualidade do jornal na busca pelo tempo presente, de estar sempre atualizado, também coloca o jornal em disputa não apenas com os concorrentes, mas com o próprio público, capaz de utilizar os meios próprios em sites de redes sociais para postar uma informação antes do jornalista profissional.

A extensão da atualidade no ambiente digital é pressionada pela instantaneidade como mostra o Quadro 2.

Quadro 2 – Características essenciais do jornal e do webjornal: atualidade

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
ATUALIDADE	Instantaneidade	Diminuição do tempo entre o acontecimento e a publicação da notícia	Precipitação que leva ao erro jornalístico em função da disputa entre concorrência cada vez mais acirrada no espaço digital

Fonte: Elaborado pela autora com base em Groth (2011), Bardoel e Deuze (2001), Palacios et al. (2002) e Palacios (2003).

Como potencialização da atualidade, a instantaneidade qualifica o jornalismo ao possibilitar a redução do tempo entre o acontecimento e a publicação da notícia, ao mesmo tempo provocando um tensionamento entre concorrentes para antecipar a informação, o que pode levar o jornalista ao erro.

2.4.3 Periodicidade

A periodicidade do jornal o diferencia de uma notícia isolada, de um panfleto ou outra publicação avulsa. A qualidade de retornar periodicamente estabelece uma relação de expectativa e gratificação com o leitor. Quanto mais o jornal responde aos anseios do público, ele se torna mais relevante e o leitor, mais assíduo. No webjornal, a periodicidade se comprime. O tempo do fechamento do jornal (*deadline*) se esvai e o tempo de publicação no online é estabelecido pela publicação contínua. A repetição de uma edição antes estabelecida pelo horário de circulação e a logística de transporte do jornal impresso ou pela programação da televisão passa a ser estabelecida por notificações sistemáticas no computador ou celulares. A instantaneidade é acelerada gerando um constrangimento para a produção jornalística, forjando notícias inacabadas, fragmentadas, descontextualizadas.

A periodicidade no online pode se estabelecer em fluxo contínuo, como também pode se estabelecer por notificações temporais – diária, semanal, bissemanal. A lógica de notificação redefine a relação do jornal com o leitor e também os formatos das notícias. O jornal para pequenas telas exige que se pense não apenas em leitura textual, mas em consumo de áudio e

vídeo mais adaptáveis às pequenas telas de telefones e *smartwatches*. Nesse sentido, há uma potencialização da multimídia, bem como da ubiquidade.

Quadro 3 – Características essenciais do jornal e do webjornal: periodicidade

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
PERIODICIDADE	Interatividade, instantaneidade, ubiquidade, multimídia	O fechamento contínuo traz a possibilidade de atender ao leitor várias vezes ao dia na medida em que a demanda pela informação se apresenta, independente da distância física entre o jornalista e o leitor; O jornal pode ser acessado de qualquer lugar e por qualquer dispositivo móvel desde que conectado à internet	Quebra na rotina de fechamento e do hábito de consumir notícia no começo e no final do dia, obrigando o jornal a atender demandas contínuas de produção, apuração e edição; As pequenas telas contraem o texto jornalístico e impõem ao jornalista pensar em formatos mais adaptáveis aos diferentes tamanhos de interfaces.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Groth (2011), Bardeol e Deuze (2001), Palacios et al. (2002) e Palacios (2003).

A periodicidade potencializa a ubiquidade no digital, pois em vez de esperar a publicação da próxima edição, a publicação periódica em menor espaço de tempo possibilita que o leitor acesse as notícias a qualquer tempo e espaço como esquematiza o Quadro 3. A potencialização da periodicidade em menores espaços de tempo constrange o jornalismo a uma produção contínua.

2.4.4 Publicidade

O sentido da palavra publicidade para as características essenciais do jornal está associado ao tornar público, acessível e também notável – no sentido de relevante. Tem relação com a opinião do público, a opinião pública e a propaganda. Na relação com o público tem de ser expandida para que mais pessoas se identifiquem ao acessar o jornal e tem de ser limitante na medida em que o leitor se sente parte, mas não necessariamente colaborador. O papel do editor passa a ser de valorizar a mediação do jornal em nome do público e tornar esse argumento inteligível para o leitor por meio do jornal. Como vimos, o ambiente digital constrange o jornal

a se abrir para a interatividade em diferentes sentidos. No sentido de abrir o jornal para que especialistas, técnicos e leigos o produzam, o jornal abre mão da sua universalidade – no sentido da linguagem acessível a todos. Portanto, a publicidade forja o acesso ao jornal, mas não o acesso à manufatura do jornal, sob o risco de diluição da identidade do jornal em meio a publicações avulsas.

A publicidade está especialmente relacionada à força do argumento em defesa da liberdade de imprensa e da liberdade de expressão. A mediação do jornal sofre no ambiente digital constrangimentos de concorrências relacionadas a outros jornais, e também a empresas detentoras das tecnologias de personalização como algoritmos que determinam a circulação e distribuição de informações na internet. É o caso de sites de redes sociais e outros canais que se multiplicam na internet disputando o espaço de mediação da atualidade e da universalidade com o jornal.

Quadro 4 – Características essenciais do jornal e do webjornal: publicidade

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
PUBLICIDADE	Ubiquidade, Interatividade e personalização	Diminuição da barreira entre o jornalista e o leitor; Participação do leitor na constituição do todo do jornal por meio de comentários e compartilhamentos; Poder de escolha para o leitor e influência em priorizações editoriais;	Consumo de notícias por demanda, reduzindo a importância da hierarquia editorial de capas; Influência do funcionamento de algoritmos programados para selecionar informações para o leitor e também propaganda de acordo com o perfil de consumo de informações;

Fonte: Elaborado pela autora com base em Groth (2011), Bardoel e Deuze (2001), Palacios et al. (2002) e Palacios (2003).

A publicidade no ambiente digital fica potencializada pela ubiquidade, que amplia o acesso e interatividade, que aumenta a possibilidade de participação e propagação pelos leitores, e a personalização por meio da escolha dos leitores em priorização de leituras, que acaba se caracterizando também como um constrangimento ao papel de editor e filtro. Ao direcionar um conteúdo de interesse específico para o leitor, o jornal abre mão da universalidade e do filtro de mediador de argumentos do mundo diante do leitor.

A discussão realizada a partir do embasamento teórico permitiu um cruzamento entre as características do jornal e do webjornal no que tange ao formato e sua relação com a apresentação dos conteúdos, nos levando à percepção de que no ambiente digital forma e

conteúdo podem ora tornar-se indissociáveis ora serem reduzidos a unidades fractais de mídia. As modalidades comunicativas do jornal como parte da narrativa agregam tipos de formatos a determinados conteúdos na combinação de características essenciais do jornal com as especificidades do webjornal; considerando na junção e cruzamento entre eles as qualidades que tornam o jornal legítimo e ao mesmo tempo os constrangimentos que ameaçam a credibilidade afetando a relação com o público.

2.5 MODALIDADES COMUNICATIVAS E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

“Que formas de comunicação derivadas das novas tecnologias e que condições de utilização dessas poderão constituir-se como um bem para a nossa democracia?” (ESTEVES, 2007). As novas linguagens produzidas no ambiente da internet, expressões das características nativas do meio digital, geram o que Pavlik chama de modalidades comunicativas como “possibilidades que permitem ao jornalista dar a informação da maneira que melhor convenha, não mais limitado às modalidades dos meios analógicos” (PAVLIK, 2005, documento não paginado). **Essas práticas associadas à comunicação pública forjam as modalidades comunicativas estudadas nesta tese. Os trabalhos nos quais focamos o nosso estudo assumem aspectos específicos a partir da transformação de dados e informações em produtos de comunicação dirigidos ao debate público.** Os aspectos específicos tem relação com características do meio digital que propiciam maior possibilidade de armazenagem de dados, maior poder de interatividade, possibilidade de programar interações personalizadas e autonomia de constituir redes no espaço público da internet.

Entre as características mais caras do meio internet estão a ampla capacidade de armazenagem, processamento e circulação de dados. E quanto maior a quantidade de informação disponível e maior facilidade de acesso, mais enriquecida fica a possibilidade de práticas discursivas. Para Esteves (2007) essa condição permite novas possibilidades de comunicação pública no sentido de proporcionar um contexto mais favorável para “uma democracia mais solidamente estruturada numa base deliberativa” (ESTEVES, 2007, p. 38). Outro atributo da internet – não só para o jornalismo mas para as ferramentas da democracia – é a potencialidade interativa, de alargamento, intensificação e aprofundamento da interação social. Esteves acredita no poder da internet para uma comunicação mais efetiva e fluída na sociedade civil o que ele chama de “potencial de liberdade de publicidade” associado à internet

e outras tecnologias digitais que permitem uma comunicação mais direta entre organizações e seus públicos.

Como resultado das novas tecnologias, mais concretamente destas formas inovadoras da sua utilização (com a abertura de múltiplos canais de discussão - nos fóruns públicos, weblogs, portais de administração e cívicos, etc.), os discursos públicos ganham um maior fluidez e densidade, e a participação dos cidadãos na vida pública pode (está já a) tornar-se mais direta, beneficiando assim a sua capacidade de influência sobre os processos de decisão, a que corresponde, pois, um exercício efetivo do poder comunicacional de deliberação de decisão, a que corresponde, pois, um exercício efetivo do poder comunicacional de deliberação (ESTEVES, 2007, p. 39).

Nesse sentido, a popularização do acesso aos meios de produção e transmissão de informações potencializada com a internet criou um novo tipo de comunicação: a mídia das fontes (SANT´ANNA, 2005). Grandes corporações, públicas e privadas, antes vistas como fontes de grandes veículos de mídia e, em especial, do jornalismo, encontraram em canais digitais espaços de voz para comunicar diretamente com os seus públicos, visando influenciar a opinião pública e a agenda midiática. Portanto, o objetivo destas mídias é influenciar no processo de construção das notícias e do imaginário coletivo na disputa pela opinião pública. Temos assim jornais segmentados de ampla circulação, rádios e TVs corporativas, sites e perfis em sites de redes sociais de organizações não governamentais e movimentos sociais na disputa pela visibilidade de temas nos espaços midiáticos. Sant´Anna (2005) levanta a discussão sobre se estes conteúdos podem ser considerados jornalismo. O autor chega a ensaiar um conceito de jornalismo de influência o que forjaria um profissional chamado de jornalista de influência. No entanto, a informação difundida por mídia de fontes é criticada por servir um propósito político, econômico, comercial ou outro.

A força da disputa de poder de fala das mídias das fontes remete para a organização da mídia alternativa no Brasil. Durante o regime militar (1964-1984), diante de um cenário de censura à liberdade de imprensa, surgiu a chamada imprensa nanica ou alternativa que encontrava abrigo em sindicatos, organizações comunitárias e religiosas (SANT´ANNA, 2005). Esse ambiente que encontrava simpatizantes do pensamento mais à esquerda era a base da articulação para tentar influenciar a agenda pública e a pauta da imprensa tradicional. Nos anos 1980 quando se iniciou a abertura democrática no Brasil a imprensa institucional estava consolidada, tendo mão de obra qualificada, estrutura e rotina de produção, com os mesmos valores importados da imprensa tradicional americana, como a investigação, a denúncia, a pluralidade a relevância social e outros. Entre os veículos deste perfil se destacam os meios de

comunicação do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra e da Central Única dos Trabalhadores. Nesse mesmo período da década de 1980s que a imprensa tradicional – jornal, TV e rádios comerciais - adquiriu condições de aspirar ao exercício do papel de quarto poder, como resultado de uma estruturação de redações, sólidas raízes no mercado e crescimento econômico no país (ALBUQUERQUE, 2005; TASCHNER, 1992).

A chegada do acesso comercial à internet em 1995 redirecionou e popularizou a prática do jornalismo de influência ou mídia das fontes. A partir deste contexto, a mídia das fontes se aproxima das estratégias de marketing e relações públicas de organizações públicas e privadas forjando um novo modelo comunicacional adotado não apenas por movimentos sociais e políticos, mas também por segmentos sociais de alto poder econômico e político como empresários, juristas, militares, médicos e outros grupos sociais influentes. Esse contexto propiciou ao profissional jornalista um alargamento do campo de atuação profissional, visto que a mídia de fonte é um espaço ocupado por jornalistas profissionais.

Sant’Anna (2005) pontua nesse sentido constrangimentos e pressões do campo jornalístico enquadrados em cinco níveis: jurídicos (regulamentação da profissão, leis de imprensa), técnicos (competências tecnológicas impostas pela prática), econômicos (fechamento de vagas de trabalho), ideológicos da profissional (ethos) e sócio-cultural (prestígio e legitimidade na sociedade). Esse conceito de englobar a prática nos permite conceber um campo autônomo para os profissionais jornalista que compartilham de valores e sofrem constrangimentos tanto no jornalismo tradicional quanto no jornalismo institucional e assessorias de imprensa.

De fato, não só no Brasil, a internet oportunizou a fontes criarem canais próprios não apenas para influenciar a agenda da imprensa tradicional, mas para assumir elas mesmas o papel de difusor de informações, antes atribuído à imprensa tradicional e a grandes grupos detentores dos meios de produção e transmissão de informações. No mesmo sentido, Weber e Coelho (2011) acreditam que o caráter mediador está na prerrogativa da publicidade valorada pela informação em circulação, pois “tonar público é fonte de poder; selecionar o que será visível, reconhecível implica considerar não apenas critérios, como também uma questão ética, do dever ser. Essa dimensão pública é, portanto, essencial ao jornalismo” (WEBER; PFEIFER COELHO, 2011, p. 62). As autoras ainda diferenciam a dimensão pública do jornalismo em relação às instituições e empresas privadas que produzem informações e limitam o alcance do público quando direcionados a uma fração de mercado ou a um público segmentado. No mesmo sentido, as assessorias de imprensa governamentais produzem informações segmentadas, sem

apontar o contraditório ou vigiar o poder. Para Weber e Coelho (2011) existe ainda uma forte dimensão pública no que chamam de jornalismo institucional de Estado que abrange os veículos como rádios e TVs públicas, que têm como fonte primeira o Estado. O debate público nessa dimensão se estabelece no Estado (por meio de assessorias de imprensa ou fontes diretas de dados como portais de transparência) e atravessa o jornalismo institucional, o jornalismo propriamente dito e o público.

É nesse contexto que Weber (2017) situa as redes de comunicação pública e política, na perspectiva habermasiana de esfera pública, aberta para participação e deliberação de diferentes atores interlocutores de práticas discursivas de campos em disputa. Para Weber (2017) a comunicação pública é a instância do debate público capaz de mobilizar a comunicação institucional do Estado, a comunicação mediática (de massa e alternativa), e a comunicação da sociedade civil (organizada, grupos, comunidades e outros públicos), pois, para a autora, é no debate público e na prática comunicativa que reside a hipótese de que a comunicação pública imprime qualidade à democracia contemporânea. O debate público, como mobilizador de atores sociais, é o processo constitutivo da comunicação pública. O norteador desta dinâmica comunicativa são os temas de interesse público aptos a agregar e pautar diferentes atores em redes de comunicação pública. Um movimento permanente de debate público “seria o procedimento necessário para a compreensão e avaliação da qualidade das democracias” (WEBER, 2017, p. 25). Importante ressaltar que nos governos totalitários nos quais há controle da informação de Estado e pelo Estado não há comunicação pública, se sobressai a propaganda e a divulgação do governo em busca de autolegitimação. A comunicação pública, por vezes confundida com a comunicação governamental, passa pelo governo (e tem origem em dados governamentais por muitas vezes), mas reside no debate de temas de interesse público afetando atores públicos e privados. Portanto, Weber defende a comunicação pública como debate público “acionado por temas de interesse público provocados a partir de poderes da República, de instituições, sistemas de mídia ou redes de comunicação capazes de gerar disputa de opiniões, ações coletivas, associações e mobilizações consequentes ou não” (WEBER, 2017, p. 29).

A consecução de debate público sobre temas de interesse público permite que a sua relevância seja apreendida e contextualizada de modo permanente, recorrente e fluído em oposição aos interesses puramente privados e aos desvios éticos dos homens públicos. O debate, portanto, é fundamental para as democracias e muitas vezes é desafiado por campanhas publicitárias, propagandas e pelas chamadas *fake news*, circulando predominantemente em

tempo de sites de redes sociais, como o *Facebook*, e de aplicações de mensagens instantâneas, como o *whatsapp*. As disputas são potencialmente mediadas por atores com papel social de vigilância do poder entre os quais a imprensa e instituições como o Ministério Público.

A relação entre a imprensa e a política no contexto de redes de comunicação situa o jornalismo como um ator na disputa de práticas comunicativas no debate público. Albuquerque usa o termo “poder moderador” (2005, 2008) para designar o papel reivindicado pelos meios de comunicação como defensores da democracia em um papel político ativo, no entanto, afastado de posições explícitas de partidos políticos. As mídias no Brasil se colocam como representantes do interesse nacional como um todo, “e árbitro maior das disputas que se estabelecem entre as instituições e os agentes políticos” (ALBUQUERQUE, 2008, p.15). A noção de poder moderador está relacionada ao período republicano e a divisão dos três poderes, com a ideia de pesos e contrapesos, por meio da qual se infere que um poder fiscaliza o outro, e a imprensa – assim como outras instituições – apolítica e neutra teria a capacidade de se colocar como uma força externa apta a fiscalizar a fragilidade dos três poderes.

A adoção do modelo de imprensa liberal e profissional no Brasil foi tardia – só em 1808 que a imprensa se tornou legal no Brasil, em um contexto de analfabetismo generalizado em uma sociedade agrária. O período da monarquia não conheceu a imprensa profissional, apenas impressos panfletários e não periódicos. Houve antes dos anos 1930, na elite carioca, uma influência da cultura francesa de *Belle Époque*, por meio da qual os jornalistas brasileiros escreviam o jornalismo literário, apesar de apenas 15% dos brasileiros serem letrados. Na década de 1940, o governo americano iniciou um movimento de aproximação com países latino americanos em meio à Segunda Guerra Mundial e ao nazismo. Houve um investimento do escritório de políticas internacionais para investir em disseminar o cinema e o rádio americano e a convidar jornalistas brasileiros para viajarem aos Estados Unidos. Foi nesse período que a influência do jornalismo objetivo e informativo no modelo americano começou a modelar a mídia no Brasil, período no qual também as mídias adotaram fortemente um modelo comercial de sustentabilidade baseado em venda de espaços comerciais.

Esse subcapítulo teve objetivo sistematizar as características do jornalismo no ambiente digital, reconstituindo os estudos sobre o webjornalismo (MIELNICZUK, 2003a, 2003b; PALACIOS et al., 2002; BARBOSA, 2007, 2013) e descrevendo como as novas tecnologias

forjaram características específicas. O jornalismo não perdeu as propriedades de universalidade, atualidade, publicidade e periodicidade, mas as modificou a partir do contato com a linguagem do novo meio, em especial, a acentuada escalada da interação.

Os estudos de jornalismo ao longo das primeiras décadas da internet delinearão as rupturas, continuidades e potencialidades do produto, considerando os aspectos tecnológicos e sociais. O jornal produzido no ambiente numérico se conformou em novas características que ora são do jornal, ora são do meio e se afetam mutuamente. Autores trabalharam na definição das características mais ou menos consensuais.

Em consonância com diversos autores (PALACIOS et al., 2002; PALACIOS, 2003; MIELNICZUK, 2000, 2003a, 2003b; BARBOSA, 2007, 2013; PAVLIK, 2005; BERTOCCHI, 2010), entendemos a internet como um ambiente no qual é possível se estabelecer uma diversidade de formatos para o jornalismo, não acreditamos em um formato canônico, ou mais adequado ou ideal de narrativa ou arquitetura de informação. Os formatos são flexíveis e se moldam de acordo com a linha editorial, os recursos acessíveis, as fontes, as condições de trabalho, as competências do jornalista, a infraestrutura da organização jornalística, entre outros fatores.

Por isso, Pavlik (2005), Baccin (2017) e Canavilhas e Baccin (2015) trazem a concepção de modalidades comunicativas como recursos utilizados pelos jornais para ampliar a compreensão dos acontecimentos. Estes podem se expressar em formatos como vídeo, texto escrito, áudio, animações, infográficos, ferramentas interativas, os quais manifestam uma ou mais das características do webjornalismo que permitem situar esses recursos como parte do todo de um jornal. Sendo assim, as modalidades comunicativas são unidades as quais constituem características específicas combinadas variando de acordo com o acesso à informação em bases de dados e ao desenvolvimento de programação para a internet.

Portanto, este estudo adota as modalidades comunicativas do jornal na internet como aquelas que agregam tipos de formatos a determinados conteúdos temáticos na combinação de características essenciais do jornal com as especificidades do webjornal, considerando na junção e cruzamento entre eles as qualidades que tornam o jornalismo um ator legítimo no debate público. A partir do conhecimento destas características e da possibilidade de identificar o conceito de modalidades comunicativas como produtos do jornalismo passíveis de serem observados individualmente, como unidades de sentido, podendo alterar o todo do jornal, mas não se dissociando dele como vínculo permanente do seu público.

Entendemos o jornal como o produto jornalístico em qualquer meio ou canal que expressa as quatro características essenciais: universalidade, periodicidade, publicidade e atualidade. Aplicamos jornalismo à prática profissional de quem trabalha em um jornal. E nos referimos a modalidades comunicativas como processos comunicativos capazes de combinar na internet as características essenciais e as características do webjornalismo promovendo por meio da temática de interesse público um qualificado debate democrático.

Como sustenta Groth (2011), coube ao jornal como um objeto público e ao jornalista que exerce a função pública de mediador daquilo que é universal e amplo, representar o interesse público na relação da responsabilidade cívica do jornalismo. Mostramos neste capítulo a acentuada influência norte-americana na práxis e nos valores do jornalismo profissional brasileiro após a Segunda Guerra Mundial. Para nós, a história das coberturas jornalísticas de guerras evidencia as relações de poder estabelecidas entre governo e imprensa ao longo de períodos de conflito e paz. Mesmo que o Brasil não tenha protagonismo em guerras, a cultura forjada nesse contexto histórico influenciou a formação e as relações de poder estabelecidas pela mídia comercial brasileira na segunda metade do século XX. Da mesma forma, a influência da pesquisa de tecnologia da informação em grandes centros americanos afetou a forma e o acesso à informação pública, como veremos no próximo capítulo.

3 PODER, HISTÓRIA E JORNALISMO

*“Prefiro viver num país com jornais e sem governo do que num país
com governo e sem jornais”
Thomas Jefferson*

A discussão sobre ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo na internet está diretamente ligada a uma segunda problematização sobre a qual trataremos nesta tese: quais os papéis essenciais do jornal e dos jornalistas são mantidos ou qualificados na relação de uma sociedade democrática digital. A democracia digital é um campo de estudos interdisciplinar, no qual a comunicação e o jornalismo também possuem interlocuções. A comunicação pública está hoje entrelaçada por ferramentas de democracia digital. Para compreender e contextualizar o papel do jornalismo na democracia digital, entendida como guarda-chuva da participação, da deliberação e da transparência pública na internet, vamos percorrer por meio de pesquisa bibliográfica estudos do jornalismo como construção social e a histórica relação entre o jornalismo e o poder.

Nos estudos de cibercultura, Pierre Lévy (1999), conhecido pelo conceito de inteligência coletiva – capacidade de construção de conhecimento em rede pela internet – tensionou o papel de mediador social do jornalista. Ao descrever os jornais no ciberespaço como uma estrutura de comunicação midiática a ser revisada, o autor pergunta se “seria ainda necessário, para se manter atualizado, recorrer a esses especialistas da redução ao menor denominador comum que são os jornalistas clássicos” (LÉVY, 1999, p. 188). Para o autor, as características de hipertextualidade e interatividade permitem a cada pessoa emitir mensagens, participar de fóruns de debate e filtrar “o dilúvio informacional de acordo com seus próprios critérios” (LÉVY, 1999, p. 188).

Na linha de otimistas das novas tecnologias de comunicação também se destacaram Negroponte (1995), com a noção de vida digital na qual os átomos seriam substituídos por bits traduzidos em dados para serem “armazenados e manipulados sem qualquer respeito a delimitações geopolíticas” promovendo ao mesmo tempo privação de direitos e privacidade e acesso, mobilidade e capacitação para as gerações contemporâneas (NEGROPONTE, 1995, p. 216). Castells (2003, 2013, 2015) com o conceito de uma comunicação em rede, e, conseqüentemente, um jornalismo em rede (BARDOEL; DEUZE, 2001; PRIMO, 2011; CASTELLS; HAAL; PARKS, 2012) no qual as relações horizontais trariam os benefícios de

uma cultura colaborativa, e o jornalismo na web 2.0 sobreporia as competências dos jornalistas e dos leitores como produtores de narrativas.

Entre os críticos dessa noção, se destaca o sociológico Dominique Wolton que alertava sobre os potenciais perigos da internet na construção de uma teoria crítica das novas mídias. Wolton (2007) contrapõe a ideia de autonomia cognitiva do indivíduo na internet afirmando que quanto mais informações, maior a necessidade de intermediários – editores, jornalistas, bibliotecários, arquivistas – para filtrar, organizar e priorizar. Para Wolton, a igualdade de acesso à informação, não significa a igualdade de uso da informação. “A ausência de controle, que foi um objetivo democrático a ser atingido durante séculos porque se tratava de se desvencilhar das múltiplas censuras, torna-se hoje uma das principais ameaças, porque a lógica dominante se inverteu” (WOLTON, 2007, p. 111). Os teóricos da cibercultura pensaram potencialmente a dimensão política não apenas no sentido de construção do conhecimento, mas também da democracia deliberativa e da transparência digital pela noção de comunidades virtuais e formação de redes sociais.

A abordagem do jornalismo como mediador social não esteve no centro dos estudos de cibercultura e também não foi o objeto central dos estudos pragmáticos da Escola de Chicago – que focava na sociologia urbana e na ação social. No entanto, a Escola de Chicago, com pesquisas patrocinadas pelo empresário John Rockefeller, evidenciou o trabalho de Robert Park que estudou as relações do jornal e da imprensa como propulsores do debate público na cidade. Nesta revisão bibliográfica também abordaremos pesquisas em jornalismo nos EUA considerando os estudos de Lippmann (2008), Schudson (2008, 2010) e Zelizer (1992, 2007) e outros para avançar na discussão do papel de mediador do jornalismo na contemporaneidade.

O capítulo será associado a fatos históricos que determinam as relações entre governo e imprensa: da Guerra Civil Americana até a Primeira Guerra Mundial, a Segunda Guerra Mundial e a Guerra no Iraque. Para Park, o papel da imprensa está em orientar o público sobre questões sociais e principalmente em provocar a discussão, criar um desejo coletivo e mobilizar a comunidade. O autor acreditava que a discussão é uma substituta para a guerra, “pois a opinião pública, que funciona como uma mente numa sociedade livre, é o produto da discussão” (PARK, 2008, p. 76). Para o autor a impossibilidade de discussão – diversidade de interesses e pontos de vista na interpretação das notícias – leva ao uso da força para permitir que processos sociais se concretizem. “Essa é a razão pela qual eleições e transferência de poder político são tão frequentemente acompanhadas de guerra civil ou revolução” (PARK, 2008, p. 77). Esses fatos são o que Zelizer, em um estudo sobre o jornalismo e a Guerra do Golfo, chama de

incidentes críticos “geralmente moldados por duas características: a tecnologia e arquétipos ou tipos de profissionais” (ZELIZER, 1992, p. 67). As disputas de poder político estão diretamente associadas ao papel que o jornalismo desempenha, seja na promoção da discussão, seja na impossibilidade de promovê-la, bem como determinam o espírito de cada tempo na história.

3.1 O JORNALISMO E A GUERRA CIVIL AMERICANA

O desenvolvimento da imprensa como empresa e em relação ao seu papel na democracia está vinculado às relações sociais e tecnológicas que se estabeleceram após a Revolução Industrial no século XIX. Antes deste período, os jornais no século XVIII estavam associados a opiniões e causas políticas e os jornalistas eram considerados temidos revolucionários e ao mesmo tempo escritores de segunda categoria. A profissionalização do jornalismo como categoria dissociada da política caracterizou o século XIX e o início do século XX, quando o capitalismo, a democracia e o telégrafo moldaram a imprensa moderna.

A identidade do jornal como mediador social esteve ora próxima do poder político, ora do poder econômico, ora do poder do leitor – no sentido de prestação de serviço sobre o que interessa ao cidadão. Na aproximação do poder político, mas já distante de partidos políticos, o jornalismo passou a ser considerado potencialmente um quarto poder. Segundo Traquina (2018), a primeira menção ao jornalismo como “quarto poder” foi feita por um deputado do parlamento inglês chamado McCaulay, que na época, 1828, “tinha como quadro de referência os três *états* da Revolução Francesa: o clero, a nobreza e o *troisième état*, que engloba os burgueses e o povo” (TRAQUINA, 2018, p. 46). Na democracia, o quarto poder da imprensa se associa à busca de legitimidade do jornalismo para fiscalizar o Estado no modelo de Montesquieu de separação dos três poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário, no qual um poder limita o outro. O jornalismo era colocado com o mesmo peso dos demais poderes na balança do controle e fiscalização entre os poderes.

A consolidação dos regimes democráticos, a evolução de uma economia capitalista e os avanços tecnológicos criaram o ambiente propício para a expansão do jornalismo como informação com valor social e comercial, o que moldou um campo de valores e normas que apontam para o *ethos* do papel do jornal em uma democracia.

Com a legitimidade da teoria democrática, os jornalistas podiam salientar o seu duplo papel: como porta-vozes da opinião pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos, e como vigilantes do poder político que protege os cidadãos dos abusos dos governantes. (TRAQUINA, 2018, p. 48).

O modelo de imprensa baseado em produção profissional de informação e promoção de debate público financiado pela propaganda e pela venda a um público leitor de massa emergiu em uma sociedade na qual a liberdade de expressão está na informação, nos anúncios e na opinião. Foi a chamada *penny press*, literalmente um jornal que custava um *penny*, ou um centavo norte-americano. A dicotomia estava em ser fiscal do poder e como tal tratar de temas caros às elites intelectuais e econômicas e ser interessante o suficiente para conectar com o público mais amplo. Como instrumento da propaganda, o jornal precisava alavancar uma audiência mais abrangente e menos homogênea. O crescimento da imprensa autônoma e comercial esteve relacionado diretamente à defesa de direitos fundamentais como a liberdade de expressão, garantidos pela constituição de países democráticos. A emancipação dos jornais em relação aos partidos políticos e a aproximação das forças econômicas – que o mantinham por meio de anúncios – se deu com mais vigor nos Estados Unidos e no Reino Unido e mais tardiamente em países como a França.

A noção de uma imprensa como empresa amplia o papel do jornal, não apenas como fiscal do poder, mas como prestador de serviço público para alçar informações úteis e interessantes para os leitores, entendimento que forjou os elementos do jornalismo como a busca da verdade, a verificação e espaço de fórum público. Nesse contexto, a preocupação sobre a forma do jornal tornou-se uma questão imprescindível, ou seja, o jornal também teria de encontrar formas de tornar a leitura interessante no sentido de “encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 226). E para enfrentar a concorrência entre os impressos, que cresciam vertiginosamente, os jornais “precisavam ser ativos, pitorescos e atraentes” (SCHUDSON, 2010, p. 88).

A busca para ampliar o alcance das notícias está diretamente ligada à tecnologia da transmissão desde a técnica tipográfica e telegráfica. Foi o avanço da velocidade de transmissão que associou o jornalismo à instantaneidade e forjou “a obsessão dos jornalistas com a obrigação de fornecer as últimas notícias, de preferência em primeira mão e com exclusividade” (TRAQUINA, 2018, p. 38). Outro fator relevante para a expansão da imprensa foi o crescimento das cidades. O século XX formaria grandes metrópoles como Londres, Paris, Nova Iorque, São Paulo – ambiente propício para o consumo do produto jornal. Park (2008) relacionou o crescimento da imprensa às grandes cidades. Para o autor existe uma relação simbiótica entre a imprensa e a metrópole. Como o foco de interesse estava em minorias negras

e imigrantes, ele entendia que a leitura do jornal influenciava na vida social e política como um instrumento de integração que abre janelas para o mundo exterior.

No período da Guerra Civil norte-americana (1861-1865), o *penny press* estava impregnado do pensamento positivista de uma verdade ou culto aos fatos. Houve uma elaboração do arquétipo da figura do repórter, “um lugar mítico e mesmo romântico na profissão emergente” (TRANQUINA, 2018, p. 52) como um espelho da realidade. O jornalismo era associado à fotografia, retrato da realidade, lentes para enxergar o mundo externo. A presença do repórter ao acompanhar as tropas permitiu aos leitores ter acesso a informações sobre as batalhas, desempenho dos generais e estratégias militares, “e os jornalistas utilizam novas técnicas como a descrição das testemunhas e dos cenários” (TRAQUINA, 2018, p. 58). No entanto, Schudson, em livro publicado em 1978, pondera que na Guerra Civil ainda não havia reconhecimento do repórter com assinatura e autoria, “a era do repórter não havia chegado” (SCHUDSON, 2010, p. 84). Também neste período, os repórteres adotavam a técnica da entrevista.

Após a Guerra Civil, além da entrevista, adotou-se o recurso a fontes múltiplas como prática da reportagem. Outra prática de jornalistas e de escritores norte-americanos no início do século XX foi chamada de *muckracker*, termo usado para definir os jornalistas e escritores norte-americanos que mantinham foco em investigação e exposição pública de irregularidades e má administração do governo, dando início à chamada reportagem investigativa. Foi nesta época também a adoção do estilo textual de pirâmide invertida “que reconheceu implicitamente o jornalista como perito” (TRAQUINA, 2018, p. 60). Traquina (2018) faz o relato do estudo de Schudson, de 1982, sobre o Discurso à Nação no qual ele estabelece três estágios do texto jornalístico: o registro estenográfico (escrita simbólica ou abreviada), a cronologia do acontecimento e a pirâmide invertida. O estabelecimento do lide³ padrão começa a talhar saberes ligados ao sentido de atividade jornalística como uma linguagem específica “toma-se como certo o direito e a obrigação do jornalista de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos no acontecimento noticioso” (TRAQUINA, 2018, p. 91). Essa condição separa o jornalismo entre uma ocupação e uma profissão, sendo dotada de autoridade e prestígio.

O velho repórter, de acordo com a mitologia-padrão, era um escritor inferior que escrevia pelo que recebia e nada mais. Ele não tinha educação formal e se orgulhava de sua ignorância; vivia bêbado e se orgulhava do seu alcoolismo. Jornalismo para ele significava apenas um emprego. O novo repórter era mais jovem, mais ingênuo, mais

³ O lide jornalístico responde à síntese de um fato ou acontecimento. Quem fez o que, quando, onde, como e por quê.

cheio de energia e ambicioso; havia cursado uma universidade e se mostrava geralmente sóbrio. (SCHUDSON, 2010, p. 86).

Foi em 1913 que começou a funcionar a Escola de Jornalismo de Columbia, fundada com verba patrocinada por Joseph Pulitzer – um dos *publishers* da *penny press*, com o objetivo de criar o sentimento de classe entre os jornalistas baseado na moral, na educação e no caráter. Foi na conceituação da primeira escola de jornalismo que se originou a ideia de que o jornalismo deveria separar o editorial – com seus princípios éticos e valores – do negócio da empresa jornal. A formação do jornalista em universidades como especialista em determinados saberes e fazeres funcionou como uma autorização para desempenhar uma ocupação com mais qualidade, dentro de uma deontologia, uma conduta ética apropriada aos assuntos relacionados ao seu trabalho. “Essas características e reivindicações coletivas dependem de uma solidariedade entre os membros constituindo em alguma medida um *ethos* próprio”, como explica Hughes em estudo sobre profissões (HUGHES, 1963, p. 657). Na medida em que as profissões são moldadas, as organizações também se profissionalizam e criam regras implícitas e até diferenciações entre as práticas profissionais, já que os profissionais são avaliados com base na reputação entre os pares e os clientes. O conhecimento e a prática profissional estão contidos em um contexto singular de economia e sociedade. Repórteres e jornalistas no final do século XIX e início do século XX, em função da constituição da imprensa como empresa e dos cursos universitários, passaram a ser reconhecidos como profissionais.

Greenwod (1957) elenca cinco atributos de uma profissão: uma teoria sistemática para formar o conhecimento profissional; o sentimento de autoridade entre os pares que os separa de leigos; a ratificação pela comunidade que delega aos profissionais a admissão de exercício do serviço prestado; um código de ética formal e um informal no sentido altruísta de serviço público e de etiqueta profissional; a existência de uma cultura profissional sobre a qual se assentam as crenças básicas e fundamentais da própria existência. “A transformação de um neófito em um profissional é um processo de aculturação em que se internaliza valores sociais, as normas de comportamento e os símbolos do grupo ocupacional” (GREENWOD, 1957, p. 53 *apud* TRAQUINA, 2018, p. 107). “Ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos. Mas ser jornalista implica também a crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade” (TRAQUINA, 2018, p. 132). Para Traquina (2018), desde o século XIX, o jornalismo praticado em nome do interesse público defende como valores, ao lado da liberdade, a autonomia e independência em relação a outros grupos de interesse e a credibilidade conquistada por meio da verificação e validação das fontes de informação. O

jornalismo se forjou associado à objetividade, não em negação à subjetividade, mas em valorização do relato dos fatos em relação à opinião.

O período também foi propício para o crescimento da noção de realismo científico, a partir da noção de um corpo de conhecimento “claro, registrado e público” (SCHUDSON, 2010, p. 93). Schudson argumenta que a ideia de uma ciência da sociedade humana não teria crescido sem a força da economia de mercado, o ideal e as instituições da democracia política e uma ocupação urbana.

A investigação empírica era uma arma da classe média contra o conhecimento herdado de uma ordem estabelecida. No final do século XIX, todavia, a ciência estava se tornando uma instituição estabelecida de direito próprio, conectada às universidades e às associações profissionais e posicionando-se contra a democracia popular. (SCHUDSON, 2010, p. 94).

Porém, a Primeira Guerra Mundial trouxe um primeiro movimento crítico à objetividade e à comunidade jornalística. Havia na época pelo menos três fatores impulsionadores dessa percepção, segundo o autor: 1) a formação de uma economia de consumo, consolidada pelos espaços publicitários e de propaganda nos impressos; 2) o surgimento da profissão de relações públicas como defensora do direito das fontes e do poder econômico; 3) a organização da propaganda e da publicidade de governo para influenciar a opinião pública.

A economia crescente nos Estados Unidos mobilizou a formação de um público investidor em ações e títulos públicos e também de um hábito de consumo como cultura. As empresas – patrocinadoras de anúncios em jornais – estimulavam as compras, introduzindo a modalidade de pagamento a prazo e tornando a compra um dever para as famílias. Essa mudança cultural esteve também associada a um período no qual havia uma agitação popular em função de monopólios e abusos empresariais. Nesse contexto surgiu a profissão de relações públicas, uma voz intermediária entre fontes e jornais, com a missão de tornar as empresas mais abertas para o público. O jornalista Ivy Lee, repórter em Nova Iorque, tendo passado pelas redações do *Journal*, *Times* e *World*, foi considerado o pai das relações públicas. Lee produzia informações sobre as organizações e enviava para as redações com fim de obter espaços espontâneos nos jornais, deixando claro que nela continha informação de interesse da empresa para a qual trabalhava. Outra situação muito comum eram envios de versões empresariais sobre fatos, ou seja, interpretações dos fatos.

A resposta dos jornais foi ambivalente, enquanto a redação aceitava as informações como pauta, os gerentes do negócio jornal entendiam que a informação da empresa no corpo editorial era uma apropriação de espaços antes comprados como publicidade. Para Schudson,

as relações públicas ameaçavam a própria ideia da reportagem, já que a notícia “parecia estar se tornando menos um relato dos acontecimentos mundiais do que a reedição daqueles fatos que atraíam o interesse de quem poderia se dar ao luxo de contratar assessores de relações públicas” (SCHUDSON, 2010, p. 162). Lippmann chamava o relações públicas de assessor de imprensa, um profissional que conhece os valores da notícia e compreende que as virtudes do seu empregador não seriam publicadas a menos que elas incitassem um acontecimento como parar o trânsito, provocar a polícia, polemizar com uma figura pública (LIPPMANN, 2008, p. 170).

O governo americano no começo do século acompanhou o movimento das empresas e também se organizou para a comunicação interessada. Os presidentes aos poucos foram criando espaços para o trabalho de relações públicas e formalizando a relação com os jornalistas. O presidente Theodore Roosevelt (1901-1909) estabeleceu uma sala de imprensa na Casa Branca. Woodrow Wilson (1913-1921) instituiu a conferência de imprensa e Warren Harding (1921-1923) instituiu o uso do termo “porta-voz da Casa Branca”. As medidas facilitaram o trabalho dos repórteres na cobertura governamental, mas também organizaram e possibilitaram um controle maior por parte do presidente e secretários. “O que havia sido a principal base para a competição entre jornalistas – a reportagem exclusiva, a narrativa confidencial, a informação privilegiada, o furo – fora varrido para longe pelas notas e conferências de imprensa” (SCHUDSON, 2010, p. 164).

A propaganda e a publicidade durante a Primeira Guerra Mundial colocaram em dúvida a objetividade dos fatos e o trabalho da reportagem. O presidente Wilson criou o comitê de Informação Pública, em 1917, e empregou muitos jornalistas para produzirem informações favoráveis aos esforços de guerra americano. “Nada poderia ter sido mais persuasivo do que a experiência de guerra em convencer os jornalistas de que os fatos em si não deveriam merecer a confiança” (SCHUDSON, 2010, p. 167). A propaganda e as relações públicas provocavam nos próprios jornalistas o questionamento sobre a confiança nos fatos. Lippmann afirmou que notícia e verdade não são a mesma coisa e devem ser claramente diferenciadas, sendo para ele a função da notícia a de sinalizar um evento e da verdade a de lançar luz sobre fatos escondidos, “a imprensa deve lutar pela ampliação da verdade narrável” (LIPPMANN, 2008, p. 181) de modo que os jornalistas possam esclarecer as pessoas sobre o caráter incerto da verdade.

Inconscientemente a teoria estabelece o leitor comum como teoricamente incompetente e coloca na imprensa a responsabilidade de realizar o que o governo representativo, a organização industrial e a diplomacia deixam de realizar. Agindo no indivíduo por 30 minutos em 24 horas, a imprensa é solicitada a criar uma força

mística chamada Opinião Pública, que tomará medidas para que atividade e produção cresçam nas instituições públicas. (LIPPMANN, 2008, p. 182).

Para Lippmann (2008), a qualidade da notícia está diretamente ligada à organização social das instituições capazes de desembaraçar questões internas aptas a se tornarem notícia de interesse público. A notícia pode funcionar como guardiã das instituições ou como instrumento de exploração a serviço de interesses espúrios. Em 1920, em artigo para o *Atlantic Monthly*, Lippmann associava a crise da democracia à crise no jornalismo. Descrente no papel mediador efetivo da imprensa como representante da opinião pública, assim como da democracia representativa, pois ambos fracassam na mobilização de um “povo autônomo” levados a agir sem um quadro confiável “do mundo que governos, escolas, jornais e igrejas fazem tão pouco progresso contra as mais óbvias falhas da democracia” (LIPPMANN, 2008, p. 184). Porém, Lippmann tinha uma esperança: no método, na ciência, no experimento disciplinado. E sugeria que isso pudesse significar uma legislação para “coibir a falsa documentação, a identificação das fontes das notícias nas reportagens, institutos de pesquisa não partidários, o estabelecimento de uma agência internacional apartidária e a profissionalização do jornalismo” (SCHUDSON, 2010, p. 179).

3.2 O JORNALISMO E A GUERRA FRIA

Entre as guerras mundiais da primeira metade do século XX, diante do cenário de descrença na verdade absoluta, o jornalismo passou a demonstrar interesse em uma reportagem interpretativa. O mundo estava cada vez mais complexo e ligado a um sistema mundial por meio das guerras, da depressão da economia, e as questões políticas precisavam ser explicadas, as notícias careciam de significados e contextos. Houve o reconhecimento, entre Estados Unidos e Europa, de que os dois universos estavam inter-relacionados como sistemas “em que as várias partes estão relacionadas funcionalmente, de modo que um evento em determinado lugar ou palco terá consequências em outros” (SCHUDSON, 2010, p. 175). Em 1923, a revista *Time* funda um estilo próprio no qual mescla fato e opinião para a construção do texto noticioso. A partir dessa experiência surgiram as colunas de política e economia na imprensa diária assinadas por jornalistas e suas interpretações sobre os fatos.

A década de 1930 foi um ponto de virada para o suposto consenso sobre a objetividade dos fatos entre os repórteres e para a aceitação de um grau de subjetividade. A objetividade passou a ser um ideal no jornalismo, um objetivo a ser perseguido ainda que a subjetividade

narrativa seja considerada inevitável. Para Schudson (2010), a origem da objetividade como ideal “está em um nível mais profundo, em uma necessidade de encobrir não a autoridade ou privilégios, mas a decepção no olhar moderno” (SCHUDSON, 2010, p. 187). As tentativas das organizações e governos de controlar a informação para a imprensa, por meio de assessorias de imprensa ou relações públicas, acentuava a insatisfação corrente no jornalismo entre editores e gerentes. No entanto, os repórteres seguiam sentindo-se bem tratados pela estrutura governamental. Diante dessa dicotomia, o proprietário da *Time*, *Life* e *Fortune*, Henry Luce, sugeriu ao reitor da Universidade de Chicago, Robert M. Hutchins, um estudo sobre a liberdade de imprensa. Em 1944, formou-se uma Comissão pela Liberdade de Imprensa que gerou uma declaração geral “Um imprensa livre e responsável”, mas “em momento algum a Comissão discutiu os modos pelos quais, dia a dia, a realidade social representada no jornal é construída e reconstruída através da interação entre jornalistas e funcionários públicos” (SCHUDSON, 2010, p. 195). Para Schudson (2010), enquanto o repórter interpretativo procura um pano de fundo para a reportagem, descobre motivos para as ações e localiza questões paralelas, o repórter convencional aceita passivamente o testemunho público – abastecidos por agências de notícias factuais.

Em 1961, o termo “pseudoevento” passou a ser usado para se referir aos acontecimentos planejados por assessorias de instituições com o objetivo de serem relatados ou reproduzidos. Os jornalistas reclamavam, se mostravam críticos, mas reproduziam as rotinas de administração da notícia pelo governo e a criação de pseudoeventos. No ano seguinte, em 1962, o porta-voz do governo Kennedy defendeu o direito do governo de “mentir para salvar a si mesmo” deflagrando uma crise de confiança entre os repórteres e a administração da notícia do governo. A Guerra do Vietnã foi simbólica dessa desconfiança mútua, já que os repórteres centralizam conflito nas versões oficiais do governo. E quando o repórter Harrison Salisbury visitou Hanói após a guerra, o tensionamento amentou. O repórter do *The New York Times* descreveu o ataque americano a alvos civis, não apenas militares, contrariando as versões oficiais do Departamento de Defesa.

O pós-guerra, na década de 1960, trouxe um ataque ainda mais declarado à objetividade da imprensa. A escola crítica lançava uma “cultura adversária” reforçada pela efervescência política e cultural impulsionada pela crescente procura por ensino superior e prestígio das carreiras nas universidades americanas. “No final dos anos 1950, a excelência educacional tornou-se uma meta de alta prioridade” (SCHUDSON, 2010, p. 206). A cultura crítica afetou o jornalismo diretamente, pois muitos repórteres que confiavam e se interessavam no governo,

tiveram de mudar a postura. E criou-se assim um jornalismo adversário dentro das próprias salas de imprensa governamentais, contra os especialistas, sejam jornalistas, juristas, médicos. A objetividade no jornalismo passou a ser considerada a parcialidade mais insidiosa porque “a reportagem objetiva reproduzia uma visão da realidade social que se recusava a examinar as estruturas básicas do poder e do privilégio” (SCHUDSON, 2010, p. 188). Havia um conflito de gerações, os jornalistas veteranos defendiam a objetividade e os mais jovens a atacavam, era a disputa entre aqueles que haviam trabalhado na II Guerra Mundial e os nascidos na ansiedade da Guerra Fria.

Conforme salienta Schudson (2010), a nova geração introduziu ideias como o jornalismo participante e cético em relação aos relatos das notas oficiais ou das fontes públicas. Diziam que a notícia factual era cúmplice de fontes oficiais, além de ser monótona e restritiva, reforçando perspectivas oficiais da realidade. O período foi profícuo em variedades de recursos de escrita: reportagem interpretativa, análise de notícias, jornalismo investigativo, jornalismo literário. O jornalismo investigativo, também chamado de *muckracking e watchdog*, teve impacto sobre as notícias mais *hardnews*, as redações formaram equipes de repórteres investigativos em vários jornais do país. A partir da publicação do caso *Watergate*, protagonizado por repórteres do Washington Post e que acarretou na renúncia do presidente Richard Nixon, em 1974, essa reportagem ganhou repercussão internacional. Os próprios jornalistas passaram a se organizar e criaram em 1975 a organização *Investigative Reporters and Editors*, para instrumentalizar os repórteres com técnicas, compartilhar informações e proteger a reportagem investigativa. Para Schudson (2010), a cultura adversária, salvo alguma mordaza cultural ou política, sustenta a reportagem investigativa dando voz ao jornalismo e criando mercado aos seus produtos.

3.3 O JORNALISMO E A GUERRA NO IRAQUE

As últimas décadas do século XX e início do século XXI foram marcadas pela aceleração dos avanços tecnológicos ligados à ciência da computação. Foi um período no qual as redações passaram por um processo de informatização (TASCHNER, 1992; FONSECA, 2008). Os anos 1980 foram marcados pela aceleração da informatização dos processos de produção jornalística na redação. A década foi caracterizada pela obsolescência das máquinas de escrever que foram substituídas por softwares de produção textual instalados em computadores. Também as páginas passaram a ser produzidas com uso de softwares de

diagramação nas redações, ou seja, não mais em composição em tipografia em parques industriais.

Mas a grande mudança para o jornal se deu com o acesso online e comercial à internet a partir dos anos 1995, afetando as características do produto, as competências do jornalista e a própria relação entre o repórter e as fontes. A internet na primeira década de acesso web foi uma arena de experimentações para os jornais e um espaço de publicação de jornalismo de autor, protagonizado por blogueiros, o que estabeleceu um novo ecossistema de mídia. O leitor passou a ter acesso a múltiplos canais de informação, a internet ofereceu uma era de dados abundantes e de trocas instantâneas de mensagens entre pares. O avanço tecnológico impulsionado pela internet foi transformador para a prática do jornalismo e, como vimos na seção anterior, potencializaram significativamente as características do jornal e a relação do jornal com o leitor. Para ilustrar esta mudança vamos abordar três coberturas da primeira década de internet: o caso Monica Lewinsky e Bill Clinton em 1998 (WILLIAMS; CARPINI, 2000; CASTELLS, 2015), o ataque ao *World Trade Center* no 11 de setembro de 2001 (BRUNS, 2003; ZAGO; SILVA, 2013; MOHERDAUI, 2002) e a cobertura da Guerra no Iraque em 2003 (FAHMY; JOHNSON, 2005).

O escândalo político protagonizado na Casa Branca entre o então presidente dos Estados Unidos Bill Clinton e a estagiária Monica Lewinsky foi impactante para uma percepção por parte da elite jornalística de que o papel de filtro da informação estava em disputa, após a publicação do primeiro texto sobre o escândalo político acontecer por meio de um blog de fofocas.

Figura 1 – Publicação em blog dá início ao escândalo Clinton-Lewinsky

Web Posted: 01/17/98 21:32:02 PST -- NEWSWEEK KILLS STORY ON WHITE HOUSE INTERN X X X X BLOCKBUSTER REPORT: 23-YEAR OLD, FORMER WHITE HOUSE INTERN, SEX RELATIONSHIP WITH PRESIDENT

Web Posted: 01/17/98 23:32:47 PST -- NEWSWEEK KILLS STORY ON WHITE HOUSE INTERN

BLOCKBUSTER REPORT: 23-YEAR OLD, FORMER WHITE HOUSE INTERN, SEX RELATIONSHIP WITH PRESIDENT

World Exclusive

Must Credit the DRUDGE REPORT

At the last minute, at 6 p.m. on Saturday evening, NEWSWEEK magazine killed a story that was destined to shake official Washington to its foundation: A White House intern carried on a sexual affair with the President of the United States!

The DRUDGE REPORT has learned that reporter Michael Isikoff developed the story of his career, only to have it spiked by top NEWSWEEK suits hours before publication. A young woman, 23, sexually involved with the love of her life, the President of the United States, since she was a 21-year-old intern at the White House. She was a frequent visitor to a small study just off the Oval Office where she claims to have indulged the president's sexual preference. Reports of the relationship spread in White House quarters and she was moved to a job at the Pentagon, where she worked until last month.

The young intern wrote long love letters to President Clinton, which she delivered through a delivery service. She was a frequent visitor at the White House after midnight, where she checked in the HAVEL logs as visiting a secretary named Betty Curry, 57.

The DRUDGE REPORT has learned that tapes of intimate phone conversations exist.

The relationship between the president and the young woman became strained when the president believed that the young woman was bragging about the affair to others.

NEWSWEEK and Isikoff were planning to name the woman. Word of the story's impending release caused blind chaos in media circles; TIME magazine spent Saturday scrambling for its own version of the story, the DRUDGE REPORT has learned. The NEW YORK POST on Sunday was set to front the young intern's affair, but was forced to fall back on the dated ABC NEWS Kathleen Willey break.

The story was set to break just hours after President Clinton testified in the Paula Jones sexual harassment case.

Ironically, several years ago, it was Isikoff that found himself in a shouting match with editors who were refusing to publish even a portion of his meticulously researched investigative report that was to break Paula Jones. Isikoff worked for the WASHINGTON POST at the time, and left shortly after the incident to build then for the paper's sister magazine, NEWSWEEK.

Michael Isikoff was not available for comment late Saturday. NEWSWEEK was on voice mail.

The White House was busy checking the DRUDGE REPORT for details.

Fonte: Captura de tela do texto de Drudge (1998) no site Drudge Report Archives⁴.

A notícia do caso entre os dois personagens foi um capítulo do escândalo sexual protagonizado pelo presidente Bill Clinton acusado de má conduta pessoal e política (THOMPSON, 2002). Segundo Thompson, a denúncia do caso Lewinsky teve por trás interesses pessoais de uma ex-secretária da Casa Branca e do Pentágono, Lynda Tripp – que gravou conversas íntimas e confessionais de Monica. A partir da informação de que a história havia sido denunciada para o repórter Michael Isikoff da revista *Newsweek* e de rumores da publicação, o colunista Matt Drudge, do blog *Drudge Report*, publicou uma primeira nota sobre o caso citando o nome de Monica, no dia 17 de janeiro de 1998, com o título sensacionalista “*Newsweek mata história de estagiária da Casa Branca: 23 anos, ex-estagiária, relações sexuais com o presidente*”⁵ (Figura 1).

⁴ Disponível em: http://drudgereportarchives.com/data/2002/01/17/20020117_175502_ml.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

⁵ Publicado em: 01/17/98 23:32:47 PST - NEWSWEEK MATA HISTÓRIA SOBRE ESTAGIÁRIA DA CASA BRANCA - 23 ANOS, EX-CASA BRANCA RELAÇÃO SEXUAL COM PRESIDENTE ** Exclusivo Mundial ** ** Deve creditar o DRUDGE REPORT ** No último minuto, às 18h no sábado à noite, a revista NEWSWEEK matou uma história destinada a abalar Washington: uma estagiária da Casa Branca teve um caso sexual com o presidente dos Estados Unidos! O DRUDGE REPORT ficou sabendo que o repórter Michael Isikoff desenvolveu a história apenas para tê-la barrada pelos editores da NEWSWEEK horas antes da publicação. Uma jovem de 23 anos, sexualmente envolvida com o amor de sua vida, o presidente dos Estados Unidos, desde que era uma estagiária de 21 anos na Casa Branca. Ela era uma visitante frequente de uma sala ao lado do Salão Oval, onde afirma ter se envolvido com o presidente. Boatos do relacionamento se espalharam e ela foi transferida para um emprego no Pentágono, onde trabalhou até o mês passado. A jovem estagiária escreveu longas cartas de amor ao presidente Clinton e mandava entregar. Ela era uma visitante frequente na Casa Branca depois da meia-noite, onde registrava entrada como convidada de uma secretária chamada Betty Curry, 57 anos. O DRUDGE REPORT descobriu que existem fitas de conversas íntimas ao telefone. A relação entre o presidente e a jovem fica tensa

Para Williams e Carpini (2000), esse evento marca um colapso do ciclo da notícia.

O novo ambiente midiático representa um desafio para os jornalistas do mainstream em seu papel de gatekeeping. É revelador que durante todo o escândalo de Clinton-Lewinsky e seus precursores, a grande imprensa tenha parado para refletir sobre seu próprio papel, e tentar esclarecer (para si e para o público) o que constitui noticiabilidade. Mas a existência de múltiplos canais de notícias (noticiários a cabo / programas de entrevistas, programas de rádio, publicações conservadoras como a *American Spectator*), seminários (*Hard Copy*, *A Current Affair*), meios de entretenimento (*The Tonight Show*, *Late Night* com David Letterman) e a internet (mais notavelmente, o Relatório Drudge), todos mantiveram a questão viva e pressionaram tanto a imprensa quanto as elites políticas a responderem. (WILLIAMS; CARPINI, 2000, p. 78).

Dias depois da publicação no Drudge Report, estava formado o escândalo Clinton-Lewinsky na mídia norte-americana, e um mal-estar político e midiático provocado por filtros cada vez menos criteriosos para diferenciar interesse público de interesses privados e difamação política.

A virada dos anos 2000 impactou o jornalismo pelo incidente do ataque aéreo ao *World Trade Center* (Torres Gêmeas) em Nova Iorque, nos Estados Unidos. Bruns (2005) relata que houve um grande crescimento de sites alternativos para a cobertura e discussão de notícias especialmente após o 11 de setembro de 2001, tanto nos Estados Unidos quanto em outros países. Na época, os ambientes digitais alimentados por não-jornalistas desempenharam um papel importante como fontes de informação e de narração do acontecimento (ZAGO; SILVA, 2013). Sites como *O Estadão*, *Terra*, *Washington Post* e *The Guardian* fizeram cobertura online de narração dos fatos, também amplamente noticiados por canais de televisão a cabo e aberta (MOHERDAUI, 2002, p. 90).

Outra cobertura emblemática para o jornalismo digital foi durante a Guerra no Iraque em 2003. Foi uma cobertura para reforçar a noção de repórter como testemunha ocular dos fatos, como uma comunidade interpretativa que adota o uso de palavras-chave como “eu estive lá” para compartilhar os relatos e os enquadramentos menos objetivos e mais testemunhais dos

quando o presidente acredita que a jovem está falando sobre o assunto para outros. NEWSWEEK e Isikoff planejavam nomear a mulher e foram impedidos; a revista TIME passou o sábado apurando sua própria versão da história; no domingo, a ABC News estava preparada para publicar, mas foi forçada a recuar após divulgação de entre vista com Kathleen Willey (mulher que acusou o presidente de assédio). A história estava agendada para publicação horas depois de o presidente Clinton prestar depoimento no caso de assédio sexual de Paula Jones. Ironicamente, há vários anos, foi Isikoff que se viu em uma disputa gritante com editores que se recusavam a publicar até mesmo uma parte de seu relatório investigativo que iria denunciar o caso Paula Jones. Isikoff trabalhou para o WASHINGTON POST na época, e saiu logo após o incidente para construí-los para a revista irmã do jornal, NEWSWEEK. Michael Isikoff não foi encontrado para contraponto. A NEWSWEEK estava no correio de voz. A Casa Branca estava ocupada checando o DRUDGE REPORT para detalhes. (DRUDGE, 1998, documento eletrônico, tradução nossa).

acontecimentos (ZELIZER, 2007). O fato representou uma mudança no ecossistema de mídia pela transmissão ainda mais imediata em relação à Guerra do Golfo em função da internet, mas também trouxe uma mudança na relação entre repórteres e militares.

O tensionamento com os jornais estava estabelecido desde a Guerra do Vietnã, em 1975, quando houve um controle maior da informação por parte do Departamento de Defesa, que funcionou durante a cobertura, mas acabou revelando ataques a civis vietnamitas mais tarde. Também houve duras críticas ao controle militar sobre as informações na Guerra do Golfo, em 1991, com recursos de agência de notícias e conferências de imprensa com requisitos de textos releases para temas considerados mais sensíveis pelo governo. Em 2003 a estratégia foi diferente. O próprio governo criou um sistema de “incorporação de jornalistas” (*embedded journalists*) alocados na linha de frente e na retaguarda antes e durante a guerra. Segundo Fahmy e Johnson (2005), houve um acordo prévio entre o Departamento de Defesa e os 600 jornalistas credenciados para a cobertura. Os repórteres não poderiam divulgar dezenove categorias de informação, entre elas número de tropas, aeronaves ou unidades e informações futuras. Nessa condição, poderiam acompanhar bases terrestres e aéreas e ter acesso aos militares para entrevistas. O objetivo da ação foi melhorar a relação entre os militares e a imprensa, permitindo que histórias de vida fossem relatadas na cobertura e assim “combatessem a propaganda inimiga e reclamações sobre questões como vítimas civis” (FAHMY; JOHNSON, 2005, p. 302). Os repórteres incorporados entre as tropas militares, também chamados de embedados, ficaram famosos pela cobertura em tempo real na televisão e na internet.

3.4 O *ETHOS* JORNALÍSTICO

Esse capítulo fez um percurso por fatos históricos para revisar a relação entre o jornalismo e o poder, os repórteres e as fontes de governo na disputa pela mediação dos temas de interesse público conformados em modalidades comunicativas (WOLTON, 2007; BASTOS, 2012, 2015; LÉVY, 1999; LIPPMANN, 2008; SCHUDSON, 2008, 2010; TRAQUINA, 2018) e como o avanço da tecnologia entre os séculos XIX e XXI impactou as transformações no produto jornal e a relação com o leitor (BARDOEL; DEUZE, 2001; KOVACH; ROSENSTIEL, 2003; ZELIZER, 1992, 2007; BRUNS, 2003, 2005; FONSECA, 2008; TASCHNER, 1992).

Entendemos que o jornalismo foi afetado pelos fatos históricos e pelas relações com o governo expressando diferentes formatos de narrativa, desde notícias curtas no *Penny Press*, passando pela reportagem interpretativa, *muckraking* no início do século, que deram origem ao

jornalismo investigativo, relatos humanos sobre comportamento de militares de guerra, relato da realidade fotográfica, reprodução de pseudoeventos até os repórteres testemunhais em primeira pessoa. Ao longo da história, os formatos da narrativa jornalística foram afetados pela tecnologia e pelas relações de poder com o governo, e o período de guerras evidencia os tensionamentos estabelecidos para a publicidade. Também houve o impacto da chegada nas redações das novas gerações de jornalistas com formação superior específica. Essa prática profissional passou a “professar” (HUGHES, 1963, p. 656) um *ethos* (TRAQUINA, 2018; PARK, 2008) a partir da vocação na qual o conhecimento de uma área do saber é usado e aplicado em prestação de serviço aos outros ou na prática de uma “arte” baseada nesse saber. Ao longo dos séculos XIX e XX, o jornalismo, e os jornais, foram se moldando ao contexto democrático e empresarial (SCHUDSON, 2010), sendo ora considerado predominantemente jornalismo de entretenimento, ora literário, ora informativo, ora vigilante do poder, mas mantendo na lida dos relatos e narrativas o papel de mediar os assuntos de interesse amplo da sociedade na qual se insere. Essa percepção conversa ainda com a construção social do *ethos* de fiscal governamental ou de poder mediador da imprensa como Quarto Poder (ALBUQUERQUE, 2008).

No próximo capítulo, propomos compreender como as políticas de transparência acrescentam um novo elemento para a produção de modalidades comunicativas do jornal na internet: o acesso a dados públicos por lei. Vamos entender como as políticas de transparência digital dos governos ampliaram a possibilidade de o jornalista ter acesso à informação em formatos como bases de dados completos e de documentos íntegros para que os jornais possam analisar e traduzir temas de interesse público para os leitores – considerando os valores e o *ethos* da profissão. A partir do próximo capítulo iniciamos a delimitação dos objetos estudados nesta tese: as modalidades comunicativas do jornalismo com o uso e apropriação de dados públicos digitais.

4 O JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE TRANSPARÊNCIA PÚBLICA

“São injustas todas ações que se referem ao direito de outros homens, cujas máximas se não harmonizem com a publicidade.”
(KANT, 1795, p. 46).

Um dos âmbitos essenciais para a democracia é a vigilância dos poderes entre si, o sistema de freios e contrapesos (check and balance). Esse monitoramento de instituições por instituições nem sempre é equânime, visto que algumas instituições têm poder de atuação e fiscalização mais atuante ou mais efetivo. Nesse sentido, as políticas públicas instituídas por meios legais conformam conceitos normativos de meios democráticos para garantir o funcionamento de um regime. Interessa, portanto, que a democracia garanta formas legítimas e legais de participação do cidadão, seja por meio direto de acesso ao governo, seja por meio de mediadores reconhecidos como tal. Para o jornalismo, tributário do ethos de Quarto Poder e de fiscal do governo, o reconhecimento por parte do público torna-se uma questão de sobrevivência profissional. Como veremos neste capítulo, as políticas públicas de transparência digital e as ferramentas da democracia digital quando acionadas pelo jornalismo produzem os objetos estudados nesta pesquisa: as modalidades comunicativas com o uso de dados públicos.

As modalidades comunicativas tiveram características modificadas e potencializadas com a internet a partir da maior disponibilidade de dados. As qualidades como o aprofundamento por meio da hipertextualidade e os constrangimentos como a influência de algoritmos automatizados na circulação ou o encurtamento entre o tempo do acontecimento e o da publicação foram evidenciados. A história dos jornais e os registros de estudos sobre coberturas dos períodos de guerra mostram que a relação entre o jornalismo e o poder governamental teve fases de aproximação ora ingênua ora interessada e outras de afastamentos e tensionamentos com posicionamentos adversários. Mas a relação sempre esteve presente porque o interesse público está na natureza do jornalismo, no *ethos* e nos valores da profissão, na constituição da identidade profissional e da defesa da existência do próprio negócio jornal. Desde a introdução, adotamos o vocábulo público(a) com mais de um significado. Se nos capítulos anteriores nos referimos ao público como audiência e leitor, e interesse público como valores coletivos da sociedade democrática representados pelo e no jornalismo, neste capítulo adotaremos mais uma referência: público no sentido de um governo se mostrar transparente,

acessível ou apto a ser visto. Portanto, **por transparência pública digital entendemos informação de Estado, de interesse amplo para a sociedade, acessível por meio de canais digitais. A transparência pública digital, como veremos a seguir, está nas sociedades democráticas garantida por leis e normas próprias.**

O jornalismo foi afetado pela tecnologia da internet assim como havia sido pelo telégrafo, pela fotografia, pelo computador. Para Groth (2011), a publicidade como acesso universal ao jornal como totalidade e ideal de liberdade de expressão e de imprensa é característica essencial do produto e suas modalidades comunicativas buscam expressar essa natureza. Este capítulo apresenta uma pesquisa bibliográfica para compreender a relação entre a publicidade (BENTHAM, 2011; SPLICHAL, 2016) e o poder e os movimentos de visibilidade e invisibilidade nas políticas de transparência (MARGETTS, 2011; FENSTER, 2015; BARROS; SAMPAIO, 2017; SILVA; SAMPAIO; BRAGATO, 2016) governamentais implementadas a partir da internet. Transparência governamental não significa estar escancarado ou exposto, mas significa se deixar ver, dar acesso por meio do corpo transparente, o oposto de opaco.

O compromisso com a noção de transparência como estar aberto a ser visto vem se manifestando por meio de leis e políticas públicas nas democracias contemporâneas. Leis de responsabilidade fiscal, de acesso à informação e iniciativas de governo aberto exprimem uma cultura de transparência impulsionada pelo acesso a bases de dados na internet e outros canais e mecanismos que levam a uma maior abertura do Estado. Se a transparência do governo *in fieri*, ou seja, a deliberação prévia das discussões que levam à tomada de decisão, não é praticada ativamente nas democracias contemporâneas, a transparência *a posteriori* tem sido garantida por meio dessas e outras políticas públicas (GOMES; AMORIM; ALMADA, 2015). Estados respondem a regimes de transparência com a publicação de relatórios, balancetes, atas, depoimentos e outros dados que órgãos responsivos do Estado têm que apresentar por lei. É uma prática que reforça o poder do cidadão diante da autoridade governamental, ainda que não atribua ao cidadão o poder de discutir os assuntos em deliberação direta antes das decisões serem tomadas.

4.1 A DEMOCRACIA DIGITAL

A internet na primeira década surgiu como promessa de palco para uma arena pública democrática, aberta para ser vista, publicada e participada. No imaginário social, existiu a ideia

de “democracia digital direta” (GOMES, 2007, documento não paginado), na qual os intermediários, aqueles que se situam entre o cidadão e o governo (partidos políticos e imprensa, por exemplo), perderiam a relevância. O cidadão poderia se relacionar diretamente com os governos, sem a mediação dos meios de comunicação de massa, as instituições, empresas e grupos organizados poderiam se comunicar diretamente com seus públicos, formando uma nova dinâmica de funcionamento da esfera pública que poderia influenciar o sistema político. Em meados dos anos 2000, observou-se um comportamento diferente. "As prospecções no universo web não verificaram um acréscimo, nem de participação nem de meios e oportunidades de participação, numa proporção que justificasse o otimismo na década anterior" (GOMES, 2007, documento não paginado). No entanto, a internet propiciou o aumento de canais de transparência, seja de iniciativa dos próprios governos, seja por força de legislação ou políticas públicas.

O uso cada vez mais frequente de dispositivos móveis e da conexão em rede deixa o cidadão mais próximo das potencialidades de apropriação social de temas de interesse amplo, o que não significa uma ativação efetiva de participação. Um dos termos mais recorrentes quando falamos sobre democracia digital é e-democracia, relacionado aos aspectos multimídia, de conectividade, interatividade, digitalização – características também tradicionais do webjornalismo ou jornalismo digital. Outros termos sinônimos podem ser democracia eletrônica e ciberdemocracia. A democracia está associada ao regime de governo baseado na soberania popular e regido por normas que asseguram direitos e deveres. A democracia digital associa o governo ou o Estado a softwares de cunho político e social com a finalidade de melhorar o sistema político, ou seja, "se refere ao uso de tecnologias digitais para concretizar avanços do ideário democrático" (SILVA; SAMPAIO; BRAGATO, 2016, p. 19). A democracia digital também passa pela experiência prática de design de ferramentas, aplicações e efeitos que visam solucionar problemas sociais reais.

A democracia digital pode ser observada da perspectiva social de engajamento, participação, fortalecimento da esfera pública e apropriação de ferramentas digitais ou da perspectiva institucional que lida com a relação entre o sistema político e o cidadão. Essa relação se expressa no sentido estrito do governo eletrônico, na prestação de um serviço público online ou uma consulta pública por meio de ferramenta digital. Gomes (2007) alerta para os usos diversificados do termo inclusive em iniciativas de pesquisa acadêmica em referência aos sites de partidos políticos ou qualquer autorrepresentação social em sites da internet e até uma lista de discussão sobre diversidade e direitos humanos.

A e-transparência refere-se à transparência pública no ambiente digital. Ao abrir espaços para que organizações privadas e não governamentais publiquem prestações de contas e ao transformar informações de dados estatísticos em plataformas, blogs e sites de redes sociais (SRS), a internet propicia uma cultura de abertura impulsionando os poderes governamentais à abertura. O ambiente digital facilita o acesso a documentos e bases estatísticas.

A referência ao termo público em relação à transparência pode dizer respeito à origem da informação, ou seja, dados organizados pelos três poderes. Mas também pode se referir a quem tem acesso à informação, ou seja, aqueles autorizados a ver a informação pública. Nesse sentido, público pode referir-se à fonte da informação e também ao destinatário dela. Na estrutura governamental, há destinatários que possuem a prerrogativa de ter informações completas e acesso contínuo, por exemplo, os órgãos internos de controladoria, em geral. Outra perspectiva do acesso à informação de forma mais horizontal é a tendência à transparência como prestação de contas ao cidadão sobre os atos de governo e o retrospecto histórico dos dados e informações tornando o governo menos opaco e mais responsivo.

Para dar conta desta tendência, no caso brasileiro, há legislações que normatizam a publicização de dados de transparência fiscal e de transparência administrativa. A contabilidade pública é normatizada desde a Lei Complementar 101 do ano de 2000 e estabelece a ampla divulgação da prestação de contas relativas às receitas (arrecadação) e às despesas (gastos) do governo, nas esferas Federal, Estadual, Municipal, incluindo Executivo, Legislativo, Judiciário, autarquias e outros entes públicos. Em 2016, essa lei foi complementada, incluindo a visibilidade também para informações e dados contábeis, orçamentários e fiscais com periodicidade, formato e sistema estabelecidos pela controladoria e divulgados em meios eletrônicos de amplo acesso público. A outra legislação que prevê o incremento da transparência governamental e administrativa é a Lei 12.527, de 2011, chamada de Lei de Acesso à Informação (LAI) a qual descreve medidas de transparência pública ativa e passiva. Essa lei estabelece que o cidadão terá acesso aos dados públicos de forma contínua por portais de transparência ou por solicitação via sistema de informação ao cidadão (SIC) ambos os serviços prestados por via eletrônica ou presencial. Essa lei normatiza a visibilidade não apenas da gestão fiscal, mas da gestão dos planos de governo, processos, dados estatísticos, ações e resultados. Ainda que haja entraves em órgãos do governo em relação aos formatos ou à periodicidade da publicização de informações, as legislações de transparência no Brasil garantem aos órgãos fiscalizadores e aos cidadãos a prerrogativa de acesso aos dados para controle, investigação e apuração.

No início de 2019, após o governo Jair Bolsonaro (PSL) assumir o executivo federal, houve uma alteração na questão da classificação de informações secretas e ultrassecretas. O Decreto nº 9.690 de janeiro de 2019 altera o Decreto Regulador nº 7.724 de maio de 2012. A nova redação amplia poderes de classificação de documentos. Em 2012 só poderiam classificar documentos secretos, com sigilo por 15 anos, e ultrassecretos, com sigilo por 25 anos, presidente e vice-presidente da República, ministros de Estado, comandantes das Forças Armadas e chefes de missões diplomáticas. Com o decreto de 2019, todos os funcionários públicos comissionados por Direção e Assessoramento Superiores (DAS) com salários entre R\$ 13.623,39 e R\$ 16.944,90 poderão classificar o sigilo de documentos. A alteração do texto foi questionada pelo Congresso Nacional e estava em tramitação interna em fevereiro de 2019.

4.1.1 Transparência e publicidade

Na teoria democrática, segundo Bentham (2011), as políticas de transparência potencialmente transferem o poder para quem tem acesso aos dados e potencialmente tornam vulneráveis aqueles que tomam as decisões de governo. O agente público com obrigação de dar publicidade aos seus atos pode ser repreendido pelas ações quando for identificado um comportamento fora do padrão. Para Bentham (2011), a publicidade é útil ao gerar constrangimento ao agente público, ou seja, uma forma de evitar o abuso do poder, ou tomadas de decisão em benefício próprio em vez de em interesse geral da sociedade.

Os inimigos da publicidade podem ser coligidos em três classes: os malfeitores, que buscam escapar da advertência do juiz; o tirano, que tenta suprimir a opinião pública, enquanto teme escutar sua voz; o homem tímido ou indolente, que reclama da incapacidade geral de modo a esconder a sua própria. (BENTHAM, 2011, p. 278).

Para Bentham, a publicidade tem a capacidade de estabelecer o “tribunal do público em condições de formar um julgamento esclarecido” (BENTHAM, 2011, p. 287). Essa prestação de contas como controle do governo pode gerar uma legitimação quando revelar um governo impecável ou com pequenas falhas ou gerar uma crise de confiança em caso de revelações a partir de investigações ou denúncias. Portanto, **mesmo sendo transparente, uma instituição pode sofrer uma crise de confiança. A transparência não transfere diretamente a credibilidade.**

Como ressalta Bentham (2011), as normas de publicidade funcionam em um estado de calma e segurança, não em uma situação de instabilidade e ameaça. Portanto, ele assume que a publicidade deve ser suspensa em casos nos quais ela possa favorecer um inimigo – situação de

guerra, por exemplo – ou prejudicar pessoas inocentes – sigilo jurídico – ou ainda impor punição severa a um culpado. Ao relatar o funcionamento de assembleias públicas abertas para admissão do cidadão, Bentham atribui indiretamente credibilidade ou “confiança nas informações dos jornais” (BENTHAM, 2011, p. 290). O autor explica que se o público não fosse admitido – sessões secretas, por exemplo – ele seria levado a supor que haveria omissão ou inverdades. Neste funcionamento de abertura de sessões políticas reside um contrato de publicidade entre o público, os políticos e os jornalistas. O público não está presente, mas subentende que está apto a testemunhar ou a verificar a veracidade porque além do repórter do jornal, há outros relatos possíveis. As sessões e assembleias públicas são uma conquista da democracia moderna.

A forma como os fatos e as informações são tornados visíveis ao público vem sendo alterada na medida em que os avanços tecnológicos transformaram a natureza do que Bentham (2011) chama de publicidade, ou seja, a transparência digital pode ser vista como uma evolução do princípio da administração pública de dar visibilidade aos atos para permitir o controle social. As ferramentas para disponibilizar as informações públicas nos portais online pressupõem, por meio da arquitetura de softwares, um desenho de democracia. Gomes (2007) defende que as escolhas de alternativas de recursos tecnológicos e ferramentas por parte dos governantes é um dos reflexos sobre a compreensão de democracia digital. Sabemos o que a lei prevê, mas não podemos prever aquilo que as instituições irão efetivamente desenhar como ferramenta de acesso à informação, seja pelas condições precárias de adaptação dos governos, seja pela resistência da cultura do sigilo (DA MATTA, 2011).

A participação do cidadão nos âmbitos de debate, deliberação e decisão política é um dos pressupostos para o fortalecimento da democracia. A constituição brasileira, chamada de constituição cidadã, incorporou uma série de mecanismos para a participação democrática do cidadão e se pautou em temas dos direitos humanos. Entre esses recursos estão a previsão de realização de plebiscitos, referendos, leis de iniciativa popular, os conselhos gestores de políticas públicas e o orçamento participativo. São meios institucionais para conectar a sociedade civil e o Estado de forma a direcionar a vontade da população para a esfera de decisão política, com diferentes graus de influência (GOMES, 2005; BARROS; SAMPAIO, 2017).

O sujeito dessa participação política é, evidentemente, o público, a cidadania, a esfera civil. Mas quando se pergunta sobre o locus de tal participação as respostas podem variar, indicando, também numa lista aleatória, a vida pública, as eleições, a política institucional, os negócios públicos, a decisão política. (GOMES, 2005, p. 59).

Quando se trata de problematizar o lugar da participação há ainda outros recursos de conexão política não previstos na constituição como tal, mas que atuam como mobilizadores de participação no debate político como protestos, manifestações, discussões e embates ocorridos na esfera pública e o próprio jornalismo. Dahlberg (2011) cita a possibilidade da deliberação pública em ambientes como jornais online, fóruns de discussão online, e um vasto número de debates online informais em listas de e-mail, plataformas de discussão na web, chats, blogs, sites de rede social e wikis. O autor ainda identifica uma deliberação política acontecendo por meio de textos e comentários do jornalismo cidadão e do que ele chama de mídia "séria", citando como exemplo os fóruns online da *BBC* e do *The Guardian*. Nesses casos, tal deliberação é entendida como uma esfera pública racional na qual os cidadãos são transformados em sujeitos democráticos de orientação pública interessados no "bem comum". Para Dahlberg (2011), essa participação resulta em uma opinião pública criticamente informada que pode examinar e influenciar os processos decisórios oficiais.

Neste contexto, a internet é vista como ampliadora dos canais de participação por meio do debate público por possibilitar o desenvolvimento e a apropriação, por parte dos indivíduos, de ferramentas digitais democráticas, no que Weber (2017) chama de redes de comunicação pública, formada por grupos interessados, governos, Estados, instituições, imprensa. Há um entendimento de que o contexto tecnológico e sociotécnico atual molda características normativas para a participação democrática. Há uma série de características apontadas nesta direção, entre elas "superação dos limites de tempo e espaço; extensão e qualidade das informações online; conveniência e custo; facilidade e extensão de acesso; ausência de filtros ou controles; interatividade e interação; e abertura para vozes minoritárias" (BARROS; SAMPAIO, 2017, p. 19).

Diversos teóricos apontam que a disseminação ampla da internet permitiria que os órgãos da administração pública pudessem aumentar a participação da sociedade em suas decisões (SAMPAIO, 2010; FENSTER, 2015). Para Fenster (2015), a relação se estabelece quando o Estado se abre para a transmissão da informação digital para o público com o objetivo de aperfeiçoar o sistema democrático, "o público armado com as informações que recebeu (por meio de dispositivos digitais) manterá o Estado responsável" (FENSTER, 2015, p. 154). O destaque para a promoção da participação cidadã por meio do uso da internet como meio de interação social sobre temas públicos está recentemente vinculado a estudos empíricos que abordam sites de redes sociais e aplicativos como ferramentas de democracia que potencializam as oportunidades de debate público. Para Margetts (2011), a internet "automatizou" o processo

de acesso à informação para cidadãos realizarem pedidos diretamente e pressionarem os poderes.

As mídias sociais, como o site de microblog Twitter, têm aspectos "democratizados" da posição anteriormente privilegiada da mídia para abrir questões, dando a cada cidadão algum tipo de acesso a uma máquina de publicidade, enfraquecendo a capacidade dos tribunais e outras instituições do Estado para bloquear a transferência de informações. Grupos cívicos usaram as mídias sociais com grande efeito em colocar o estado sob pressão para fazer mudanças na política. (MARGETTS, 2011, p. 518).

A transparência pública em um ambiente de comunicação em rede está apta a trazer importantes mudanças para a relação cidadão-governo, possibilitando maior debate público por meio de ferramentas digitais. Para Weber (2017) o debate pode ser planejado, quando nasce estrategicamente e depende de deliberação dos três poderes, ou pode ser espontâneo, quando decorre de acontecimentos políticos, catástrofes e tragédias. O campo da comunicação, como uma esfera de visibilidade pública (WEBER, 2017, p. 42), é o lugar de acionamento do debate no qual os públicos se organizam para se manifestar por meio de dispositivos e de competências de relações públicas, marketing, jornalismo e propaganda. Portanto, o conceito de comunicação pública “está circunscrito à existência de um espaço onde possam circular temas de interesse público gerados por sistemas e redes, assim entendidos por debaterem valores vitais ao Estado, sociedade e indivíduos” (WEBER, 2017, p. 43). A autora classifica os assuntos em debate público como temas sensíveis – questões religiosas, comportamentais, preconceitos, de costumes como casamento e aborto – temas vitais – como liberdades políticas, acesso à educação, alimentação, emprego, segurança, educação – e temas políticos – impostos, políticas públicas, mudanças de governo, eleições, desvios como corrupção, clientelismo e outros.

O jornalismo, como integrante da rede de comunicação mediática (WEBER, 2017), ou seja, com caráter de empresa e não o caráter pessoal de perfis em sites de redes sociais, atravessa as relações entre as redes, sendo um espaço “privilegiado” de visibilidade e repercussão. À medida que os avanços tecnológicos transformaram a natureza da publicidade – no sentido de dar visibilidade à informação pública – a forma como os fatos e as informações são tornados visíveis ao público vem sendo alterada, criando-se novas e qualificando existentes modalidades comunicativas.

Para Margetts (2011), é esperado do cidadão confiar a outras partes a análise dos dados disponíveis em grande quantidade o que um cidadão sozinho não poderia dar conta por tempo e por recursos ou competências específicas. A transparência digital envolve grandes quantidades de dados ou a tradução de processos governamentais em códigos de programação,

implicando em delegação de confiança. A autora atribui ao jornalismo, mais especificamente às organizações jornalísticas, uma destas forças capazes de traduzir a grande quantidade de dados. A autora exemplifica com um caso britânico de 2009, quando o Parlamento Inglês foi obrigado a divulgar as despesas dos representantes e o jornal *The Telegraph* criou uma ferramenta interativa para que o cidadão pudesse acessar as informações. Esse recurso foi possível porque o jornal tinha uma equipe de jornalistas de dados que trabalharam na leitura e análise de milhares de documentos para moldar um site interativo e disponibilizar para a população. “A confiança se transfere de instituições tecnologicamente e estatisticamente capacitadas – e com recursos adequados – para organizações e indivíduos com capacidade de extrair as vantagens que a internet pode fornecer” (MARGETTS, 2011, p. 520). Para Margetts (2011), o lugar do jornalismo está em desenvolver as ferramentas de acesso para o público, mas há situações em que o jornalismo estará no lugar de usuário de ferramentas produzidas por terceiros – como é o caso de instituições de ensino, organizações não-governamentais, sociedade civil organizada, partidos políticos, os próprios governos e outros atores e redes de comunicação. Nesses casos, o papel do jornalismo estará em reportar as informações tecnologicamente analisadas e programadas por terceiros. No Brasil, as leis de transparência são um mecanismo recente de controle público, seguindo uma tendência de políticas internacionais.

4.2 A TRANSPARÊNCIA PÚBLICA DIGITAL

Apesar do direito de acesso à informação estar no pensamento de filósofos políticos clássicos do século XVII como Kant com o clássico *A Paz Perpétua* (1795), no qual defende a função utilitarista de uma lei moral da publicidade para coibir desvios públicos, foi no século XX, com a consolidação dos regimes democráticos, que o acesso à informação como direito fundamental passou a ser mais debatido e efetivado por meio de mecanismos legais para controle. O país pioneiro na criação de norma própria para garantia desse direito foi a Suécia, que regulamentou a liberdade de acesso a informações públicas em 1766. Na América Latina, a Colômbia estabeleceu o Código de Organização Política e Municipal em 1888 estabelecendo o direito dos cidadãos receberem informações dos órgãos governamentais (MENDEL, 2009).

No século XX, as discussões sobre direitos humanos transversais levaram à redação da própria Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948. No artigo 19 do documento está expresso que "Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito

inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras." (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2009, p. 10). Nos anos seguintes à Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Finlândia aprovou sua lei de acesso, em 1951. Os Estados Unidos aprovaram a Lei de Liberdade de Informação, conhecida como FOIA (*Freedom of Information Act*) em 1966, e a Dinamarca em 1970 (MENDEL, 2009).

Quadro 5 – A evolução das leis de direito à informação pelo mundo

ANO	PAÍS	ATO LEGAL/ LEGISLAÇÃO
1766	Suécia	Regulamentou a liberdade de acesso a informações públicas e a defesa da liberdade de imprensa
1791	EUA	1ª Emenda à Constituição norte-americana com referência explícita à liberdade de expressão e de imprensa
1823	Brasil	Primeira Lei de Imprensa declara livre impressão, publicação, venda e compra de escritos
1888	Colômbia	Estabelece o código de Organização política municipal com direito ao cidadão receber informações do governo
1934	Brasil	2ª lei de imprensa regulamentava a liberdade de expressão e publicação. Foi alterada no Estado Novo em 1937 e ficou sob o controle do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)
1946	Brasil	Constituição Federal dita que é livre a manifestação do pensamento sem censura, salvo em caso de espetáculos e diversões públicas
1948	ONU	Declaração Universal dos Direitos Humanos- Artigo 19 Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.
1953	Brasil	Lei nº 2.083 Lei de Imprensa Autônoma regulava a atividade da imprensa
1967	Brasil	4ª Lei de Imprensa redigida no período do governo militar com restrições e censura sobre jornais, periódicos e empresas de radiodifusão
1988	Brasil	Constituição Federal - Art 5 XXXIII. Princípio da publicidade Art. 220 veda qualquer censura; Art. 226 gestão e consulta de documentos

Fonte: Elaborado pela autora com base em Nascimento (1997).

A relação entre as leis de imprensa e a Lei de Acesso à Informação não é direta, mas ambas estão vinculadas à liberdade de expressão e evoluíram lado a lado ao longo da história. O princípio previsto na Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) no artigo 19 coloca no mesmo texto o direito à liberdade de expressão e opinião e a liberdade de receber e transmitir informações. As leis de transparência e *accountability* regem o direito de se informar nas democracias.

De fato, a maioria dos países só regulamentou o direito à informação pública a partir do final dos anos 1990 e início dos anos 2000. O período histórico de ascensão da garantia deste

direito leva a dois fatores preponderantes: o contexto político de transição de regime político e o avanço das tecnologias de redes de computadores que culminaria com o acesso à internet. Mendel (2009) acredita que apesar do contexto político, a tecnologia teve um papel preponderante para a consolidação das leis de acesso à informação.

Não há dúvida de que se incluem imensos avanços na tecnologia da informação que mudaram por completo a relação das sociedades com a informação e o seu uso e que, em sentido amplo, aumentaram a importância do direito à informação para o povo. Entre outras coisas, a tecnologia da informação melhorou, em termos gerais, a capacidade do cidadão comum de controlar a corrupção, de cobrar dos líderes e de contribuir para os processos decisórios. Isso, por sua vez, ou, para ser mais preciso, em paralelo, levou ao aumento das demandas pelo respeito ao direito à informação. (MENDEL, 2009, p. 4).

Além do viés político e tecnológico, segundo Mendel (2009), houve também uma dimensão econômica neste processo. Nas décadas de 1980 e 1990, a crescente globalização da economia fez com que bancos e empresários buscassem cada vez mais informações sobre aspectos econômicos em diferentes países de modo a avaliar os riscos de seus investimentos. Nessa época, em muitos países, transcorreu a transição de governos autoritários para novos sistemas de governos democráticos, elaborações de sistemas eleitorais e redações de normas legais e da carta constitucional, como foi o caso do Brasil.

4.2.1 Transparência ativa e transparência passiva no Brasil

No Brasil, o período de redemocratização do país após o regime militar começou em 1975 e teve como característica uma abertura lenta e gradual. O processo compreendeu medidas de ampliação de garantias individuais, coletivas e de imprensa. A aprovação da Constituição brasileira só se concretizou em 1988. No primeiro capítulo da carta constitucional, o dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, no inciso XXXIII do artigo 5, está a garantia do acesso à informação pública.

[...] todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

A partir da Constituição de 1988, novas legislações como a Lei de Responsabilidade Fiscal (Lei Complementar nº 101), a Lei do Habeas Data (Lei nº 9.507) e a Lei de Arquivos

(Lei nº 8.159) (Quadro 6) entraram em vigor prevendo que governos divulgassem, por exemplo, dados orçamentários e financeiros, bem como atos administrativos. Mas foi a Lei de Acesso à Informação (LAI), sancionada em novembro de 2011 que regulamentou em detalhes o acesso como regra e o sigilo como exceção. A LAI institui o direito previsto na Constituição de que todos têm a prerrogativa de receber dos órgãos públicos além de informações do seu interesse pessoal, também aquelas de interesse coletivo. Isto significa que a administração pública deve sistematizar a divulgação de suas ações e serviços, mas também deve estar preparada para receber demandas específicas.

A implementação da LAI no Brasil estimula a cultura do acesso à informação no país, após o governo militar. Além de o acesso à informação estar inserido entre os direitos fundamentais, ele também é garantido pelo princípio da publicidade. A Constituição Federal prevê, em seu artigo 37, a publicidade como um dos princípios a serem obedecidos pela Administração Pública, ao lado de legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência.

Quadro 6 – Evolução das leis de direito à informação no Brasil

ANO	ATO JURÍDICO	EFEITO NA TRANSPARÊNCIA
1988	Constituição Federal	Art 5 XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;
1988	Constituição Federal	Art 216 § 2º Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem
1988	Constituição Federal	Art. 37 Publicidade entre os princípios da Administração Pública
1991	Lei nº 8.159 – Política nacional de arquivos públicos e privados	Art. 7 Os arquivos públicos são os conjuntos de documentos produzidos e recebidos, no exercício de suas atividades, por órgãos públicos de âmbito federal, estadual, do Distrito Federal e municipal em decorrência de suas funções administrativas, legislativas e judiciárias. § 1º - São também públicos os conjuntos de documentos produzidos e recebidos por instituições de caráter público, por entidades privadas encarregadas da gestão de serviços públicos no exercício de suas atividades.
1997	Lei nº 9.507 – Habeas Data	Regula o direito de acesso a informações e disciplina o rito processual do habeas data
2000	Lei complementar nº 101 – Lei de Responsabilidade Fiscal	Art. 48. São instrumentos de transparência da gestão fiscal, aos quais será dada ampla divulgação, inclusive em meios eletrônicos de acesso público: os planos, orçamentos e leis de diretrizes orçamentárias; as prestações de contas e o respectivo parecer prévio; o Relatório Resumido da Execução Orçamentária e o Relatório de Gestão Fiscal; e as versões simplificadas desses documentos.
2005	Lei nº 11.111 – regulamenta o acesso a documentos públicos	Revogada pela Lei nº 12.527 de 2011
2009	Lei Complementar nº 131 – altera a LC nº 101 de 2000	Determina a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios
2011	Lei nº 12.527 – Lei de Acesso à Informação (LAI)	Dispõe sobre os procedimentos a serem observados pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, com o fim de garantir o acesso a informações
2016	Lei complementar nº 156 – altera lei de gestão fiscal nº 101	Art. 27. O art. 48 da Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000, passa a vigorar com as seguintes alterações II - liberação ao pleno conhecimento e acompanhamento da sociedade, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira, em meios eletrônicos de acesso público; § 2º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios disponibilizarão suas informações e dados contábeis, orçamentários e fiscais conforme periodicidade, formato e sistema estabelecidos pelo órgão central de contabilidade da União, os quais deverão ser divulgados em meio eletrônico de amplo acesso público.

Fonte: Elaborado pela autora.

O cidadão tem duas formas de acesso previstas na LAI: a transparência ativa e a transparência passiva. Na primeira, a administração pública divulga informações à sociedade por iniciativa do órgão, independentemente de qualquer solicitação. A lei estabelece que o acesso ativo deve ser disponibilizado por parte dos órgãos públicos, ou seja, devem ser divulgados sem solicitação prévia, com periodicidade, informações de interesse coletivo, salvo casos de confidencialidade previstos na lei. A divulgação deve ser feita por todos os meios possíveis e obrigatoriamente em sites da internet. Essas informações já disponíveis para serem consultadas online são recursos que a lei chama de transparência ativa. Entre as informações a serem disponibilizadas estão: endereços e telefones das unidades e horários de atendimento ao público, dados gerais para acompanhamento de programas, ações, projetos e obras, respostas a perguntas mais frequentes da sociedade.

É o caso do Portal de Transparência do Governo Federal no Brasil, publicado antes mesmo da aprovação da lei. Lançado em novembro de 2004, o Portal da Transparência do Governo Federal foi uma iniciativa da Controladoria-Geral da União (CGU) em meio a discussões sobre transparência, alçando ao cidadão a possibilidade de acompanhar a aplicação do dinheiro público federal. Anos mais tarde, em maio de 2010, para atender aos dispositivos previstos pela Lei Complementar nº 131/2009, que alterou a redação da Lei nº101, de maio de 2000, Lei de Responsabilidade Fiscal, o portal da transparência passou a disponibilizar dados sobre a execução orçamentária e financeira da Receita e da Despesa do Poder Executivo Federal com atualização diária. Os dados até 2018 eram fornecidos pela Secretaria do Tesouro Nacional (STN) e extraídos do Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal (Siafi).

Figura 2 – Reprodução da tela de entrada do Portal da Transparência

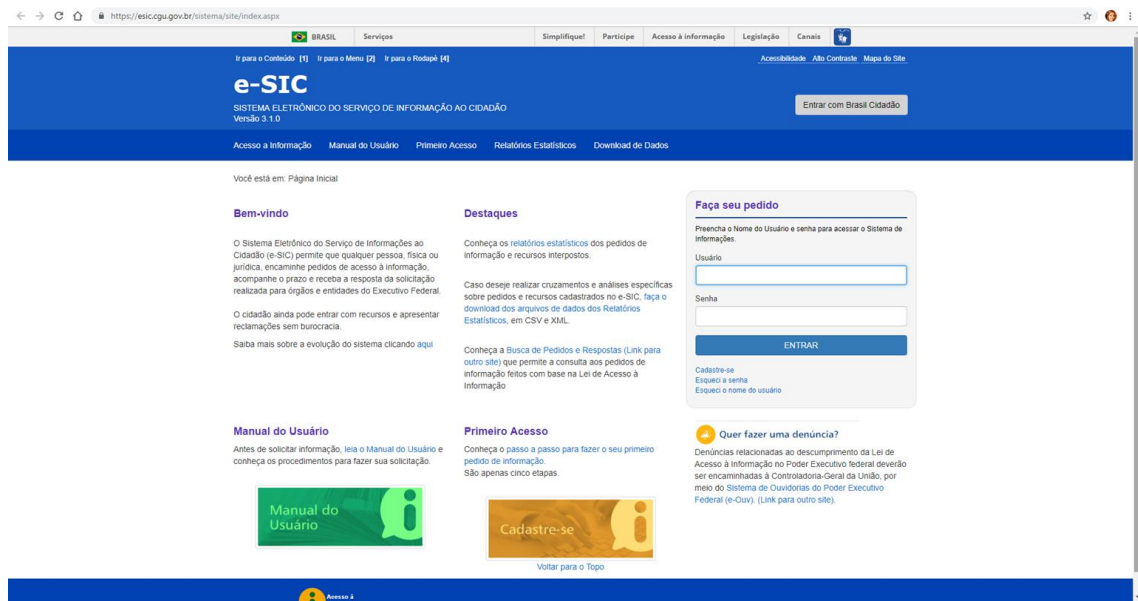


Fonte: Captura de tela do site Portal da Transparência⁶.

Quando os dados de interesse público não estiverem disponíveis em portais dos governos, o cidadão pode utilizar o recurso da transparência passiva. Para garantir o acesso, a LAI estipula procedimentos, normas e prazos e prevê a criação, em todos os órgãos e entidades do poder público, de um Serviço de Informações ao Cidadão (SIC). O serviço deve ser oferecido por meio de requisição online (Figura 3) e também em um espaço físico apto a orientar o indivíduo, protocolar pedidos e fornecer informações sobre o andamento da solicitação. O cidadão não precisa justificar o pedido. A legislação estabelece prazos para o repasse das informações. Nesse caso, a administração pública divulga informações de acordo com a demanda e possui prazo de 20 dias para responder à solicitação, prorrogado por mais 10 dias. O pedido pode ser feito nos locais físicos de atendimento ao cidadão ou nos próprios portais de transparência. No caso de informações sobre o Governo Federal, por exemplo, o cidadão deve acessar o sistema eletrônico do serviço de informação ao cidadão, o e-SIC.

⁶ Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

Figura 3 – Tela de requisição de informação via sistema e-SIC do Governo Federal



Fonte: Captura de tela do site e-SIC⁷

A legislação concede o direito de acesso a qualquer cidadão interessado e a obrigação de publicar aos órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, Judiciário e do Ministério Público, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

4.3 O JORNALISMO E OS DADOS PÚBLICOS DIGITAIS

As políticas de transparência pública, impulsionadas pelas normas estabelecidas em leis, ampliam as possibilidades de acesso a dados públicos pelo cidadão. No entanto, a leitura das bases de dados exige competências específicas reivindicadas por diferentes atores sociais, entre eles os jornalistas. As redações jornalísticas passaram a fazer uso e apropriação de dados públicos digitais com ênfase a partir de 2012 com as adaptações dos órgãos públicos à Lei de Acesso à Informação, mas a investigação jornalística em documentos de Estado é uma prática da era analógica. Tanto que as técnicas de leitura de dados nas redações iniciaram antes mesmo da chegada dos computadores.

Ainda nos anos de 1960, Meyer (2002) traçava similaridades entre pesquisadores e jornalistas. Para o autor, as técnicas científicas funcionam como ferramentas para responder a

⁷ Disponível em: <https://esic.cgu.gov.br/sistema/site/index.aspx>. Acesso em: 20 fev. 2019.

frequentes críticas feitas ao jornalismo sobre não dar conta de histórias relevantes, ser dependente de assessorias de imprensa e ser manipulável por políticos e grupos de interesse, além de não comunicar eficientemente. O método chamado pelo autor de jornalismo de precisão, que aproxima a apuração de um *framework* científico, pode atribuir ao jornalismo uma lógica que o torne menos suscetível às críticas subjetivas. Para Meyer (2002, p. 14), "repórteres como cientistas estão no negócio de testar a realidade, examinando teorias existentes, pensando consequências, desenvolvendo hipóteses que possam ser operacionalizadas e testadas".

Para ilustrar a argumentação, o autor descreve o caso das manifestações de Detroit nos anos 1960 e as sondagens feitas pelo jornal *Detroit Free Press*. Um dos ditos populares em textos de opinião era de que os manifestantes tinham um perfil de baixo poder aquisitivo e nível educacional. A sondagem foi feita entre participantes das manifestações e, do total de 100 entrevistados, 18% haviam largado os estudos, 15% haviam completado o ensino médio (*high school*) e 18% possuíam ensino superior (*college*). A hipótese foi refutada diante dos dados colhidos a partir do método de entrevista por amostragem. Outra teoria testada em sondagem de opinião dizia respeito à dificuldade dos negros imigrantes do sul do país em serem aceitos pela cultura do norte. A sondagem indicou que havia mais negros do norte do que do sul na amostragem colhida pelo jornal.

Outro exemplo trazido pelo autor esteve relacionado ao trabalho do jornal *The Miami Herald*. Após a morte de Martin Luther King, havia um senso comum popular indicando que os ideais de não violência e igualdade teriam morrido junto com o seu maior porta-voz, a testagem indicou que os ideais de King estavam ainda mais fortes entre a população negra.

O jornalismo de precisão vincula o método de pesquisa em jornalismo à enquete e à pesquisa de opinião pública. Foram métodos bastante utilizados quando empresas de mídia passaram a criar os próprios institutos de pesquisa. No Brasil, foi o caso do DataFolha, do grupo Folha de S. Paulo. Essa estratégia permitia ao grupo de mídia produzir os próprios dados e pautas a partir de um método científico. Essa decisão empresarial foi tomada para que o jornalismo pudesse não estar tão suscetível a reproduzir discursos alçados por assessorias de imprensa, políticos e grupos de interesse. Na prática, no entanto, esses núcleos de pesquisa pouco puderam atender demandas de pautas jornalísticas, pois trabalhavam em tempos diferentes. O jornalismo noticioso trabalhava com a urgência do fechamento e dos relatos factuais. Os institutos se separaram da redação e criaram as próprias pautas tornando-se eles mesmos fontes para os jornalistas.

No entanto, houve tentativas de o desenvolvimento de pesquisa estar associada à produção de pauta, ou seja, o levantamento a partir do qual o repórter vai elaborar a notícia. Lage (2006) descreve um exemplo de setor criado nos anos 1970 no Jornal do Brasil pelo jornalista Alberto Dines. O departamento de pesquisa trabalhava como suporte para a redação, levantando e organizando dados sobre eventos programados, sazonais ou fatos novos. A base deste trabalho era a pesquisa bibliográfica e documental em arquivos e "o material servia de subsídio aos repórteres e era frequentemente publicado" (LAGE, 2006, p. 150).

A pesquisa de campo – caso do DataFolha – e a pesquisa de acervos e documentos – caso Jornal do Brasil – unidas resultaram em suporte científico ao trabalho jornalístico atribuindo precisão de dados para os conteúdos. Esses modelos foram criados antes da chegada de softwares nas redações e do acesso irrestrito à internet por parte dos repórteres. Com as técnicas conhecidas como Reportagem Assistida por Computador (RAC), as competências antes atribuídas a setores de suporte passaram a ser incorporadas pelos próprios repórteres com o uso de softwares. Os jornalistas passaram a se relacionar com programas de edição e editoração – de textos, gráficos, som e imagem – e com programas de análise de informações – buscas avançadas na internet, planilhas de cálculos e estruturação de dados em bancos de informação.

Embora Meyer (2002) propusesse que os jornalistas aprendessem a programar computadores, ele defendia a criação do método capaz de coletar evidências sobre os fatos seguindo protocolos claros e reprodutíveis. A prática do jornalismo científico, com métodos das ciências sociais, não necessariamente requer o uso das tecnologias da informação, mas na reedição do livro nos anos 1990 esta tendência se evidenciou. Meyer (2002) defendeu que os jornalistas pudessem desenvolver familiaridade com o computador – hardware – e habilidade para a escolha das ferramentas de trabalho, ou seja, o software. Os softwares, como descreve Meyer, costumam ser de dois tipos, um interativo que responde a partir do acionamento de um comando por um menu de opções e o outro em modo "pacote" (*batch mode*) o qual apresenta uma lista de comandos e recebe de volta o trabalho completo. Os programas mais comuns para uso jornalístico eram planilhas e programas de bases de dados nos anos 1990. Para o autor, quanto mais fácil o software é para se aprender e usar, menos flexível. "Os jornalistas que aprendem a escrever códigos tem mais controle e flexibilidade em relação aqueles limitados aos cliques no menu interativo" (MEYER, 2002, p. 86). O uso da programação para a internet em relação ao jornalismo permitiu, por exemplo, o desenvolvimento de alguns dos produtos jornalísticos com uso de bases de dados públicos.

Para as redações, a mudança começou na década de 1970 quando os jornais passaram a usar computadores para produção de conteúdos jornalísticos. A partir da nova técnica se estabeleceram rotinas e conceitos relacionados ao uso dos computadores. As terminologias de referência às práticas do jornalismo no ambiente computacional evoluíram para diferentes entendimentos sobre o encontro entre as técnicas de apuração jornalística, métodos das ciências sociais e ciências da computação. Abordaremos uma revisão dos conceitos conhecidos como jornalismo de dados (BARBOSA, 2013), jornalismo guiado por dados (BRADSHAW; ROHUMAA, 2011; GRAY; BOUNEGRU; CHAMBERS; 2012; TRÄSEL, 2014) e jornalismo computacional (HAMILTON; TURNER, 2009; DIAKOPOULOS, 2012; STAVELIN, 2013a)

Ao associar a ciência da computação ao jornalismo, temos a combinação de algoritmos, dados e conhecimento das ciências sociais para aumentar a precisão jornalística (HAMILTON; TURNER, 2009). Os autores atribuem ao jornalismo computacional duas abordagens: a reportagem assistida por computadores e o uso de métodos e ferramentas das ciências sociais. O objetivo seria a exploração de uma grande quantidade de dados estruturados e não estruturados para pesquisar boas histórias. Para os autores, essas ferramentas aumentam o poder de fiscalização (*watchdog*) e investigação do jornalismo e essencialmente envolvem mineração de dados de interesse público.

Por meio do computador, o jornalismo carrega a possibilidade de repórteres robôs. E somente pela interação entre praticantes das ciências da computação e do jornalismo que ferramentas automáticas serão desenvolvidas para serem usadas por repórteres para descobrir novas histórias. (HAMILTON; TURNER, 2009, sem página, tradução nossa).

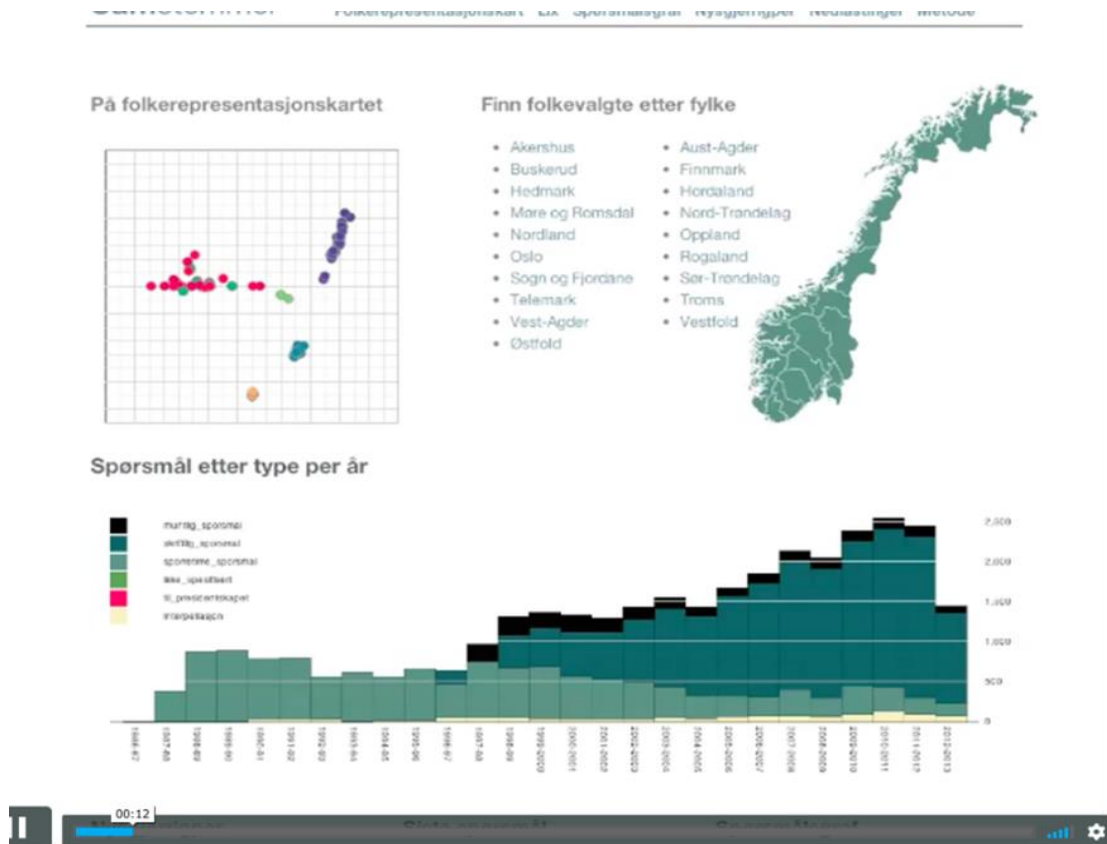
Diakopoulos (2012) ao tratar sobre inovação no jornalismo também estrutura o raciocínio sobre o entendimento de jornalismo computacional. Para ele o jornalismo tem bastante potencial de lidar com a parte das ciências da computação ligada às ferramentas interativas. Ele separa em ciências da computação central (*core*) e interativa. A central (*core*) lida com conceitos e operações matemáticas para funcionamento de um computador como programação e desenvolvimento de softwares. A computação interativa lida com extração de informação, modelagem e apresentação, vinculados à interação homem-máquina, visualização gráfica e sistemas inteligentes.

Em diálogo com as ideias de Meyer (2002) e Diakopoulos (2012), para Stavelin (2013a) o jornalismo computacional é o encontro da produção jornalística e a programação computacional. Para o autor, este tipo de jornalismo está vinculado a três critérios: 1) ser centrado em plataformas capazes de pesquisa, discussão e narrativas de histórias; 2) gestão de

modelos computacionais capazes de analisar dados, para além da coleta; 3) ser baseado em pensamento computacional para desenvolver softwares moldados para encontrar as melhores soluções para o jornalismo.

Stavelin (2013a) aborda a produção de notícias orientada por softwares como uma prática social em redações e como um problema de pesquisa para o seu estudo em design. O autor testou na tese doutoral o desenvolvimento de softwares para o jornalismo na produção de uma aplicação de interface de programação para análise de mensagens do *Twitter*. As mensagens foram agrupadas em grupos por palavras-chave que pudessem ser úteis como fonte de informação. Também foi feito o desenvolvimento de softwares a partir de um protótipo de uma ferramenta para fiscalizar os atos e gastos do parlamento norueguês utilizando a base de dados pública das atividades no site de transparência pública “data.stortinget.no”. A ferramenta experimental desenvolvida para a tese se chamou *samstemmer* e estava fora do ar em janeiro de 2018.

Figura 4 – Ferramenta experimental desenvolvida por Stavelin (2013b)



Fonte: Captura de tela de vídeo tutorial que explica o funcionamento da ferramenta (STAVELIN, 2013b).

O jornalismo computacional é estruturado em bases de dados e guiado por dados, o que nos leva a outros dois conceitos desenvolvidos na mesma linha de raciocínio que tensiona o encontro do jornalismo e da computação. O jornalismo em base de dados (BARBOSA, 2013) é derivado do paradigma jornalismo digital em base de dados (JDBD) (BARBOSA, 2007), modelo que tem os dados como estruturantes e organizadores da produção, criação, apresentação e circulação das informações e produtos jornalísticos. Esta estruturação é moldada por especificidades que resultam em sete categorias descritivas: dinamicidade, automatização, inter-relacionamento/hiperlinkagem, flexibilidade, densidade informativa, diversidade temática e visualização.

Assim, o JDBD é um conceito amplo e abrangente para compreender a relação funcional das bases de dados para o jornalismo em todas as dimensões, diferente do jornalismo guiado por dados (JGD), mais instrumental, metódico e técnico. Para Barbosa e Torres (2013), o JGD é compreendido como uma das extensões do paradigma JDBD pois "demarca a ampliação das possibilidades de emprego das bases de dados no processo de produção de conteúdos jornalísticos, no seu consumo e circulação" (BARBOSA; TORRES, 2013, p. 154).

Para Träsel, o Jornalismo em Base de Dados considera as bases de dados não apenas como fontes de informação, mas como a própria estrutura sobre a qual o jornalismo se assenta. Esse é um ponto importante de diferenciação, pois no JGD as bases de dados são consideradas fontes para produção de conteúdos que podem ou não ser apresentados em formatos digitais. Assim, o JGD compreende diversas práticas profissionais tendo como fontes de informação as bases de dados envolvendo técnicas da "RAC, visualização de dados, infografia, criação e manutenção de bases de dados e as políticas de acesso à informação e transparência pública de governos" (TRÄSEL, 2014, p. 106). Estas práticas são organizadas em etapas: coleta, limpeza, análise e visualização de dados.

Träsel identificou aspectos críticos da prática das técnicas de jornalismo guiado por dados, em especial, no uso de bancos de dados públicos como fonte. Bounegru (*apud* TRÄSEL, 2014) sustenta que as publicações de maior prestígio optam por utilizar como fontes bases de dados governamentais ou de grandes organizações como o Banco Mundial. O ponto de Bounegru (*apud* TRÄSEL, 2014) é que os jornalistas devem se esforçar para ser críticos destas fontes e ter a capacidade de questionar os dados identificando casos de enquadramentos, distorções ou vieses estabelecidos em bases de dados por meio de métodos, recortes ou amostras. Para Träsel (2014), o uso de bases de dados públicos pelo jornalismo reproduz as fontes que vêm sendo usadas e têm fácil acesso nas redações há anos "cujos comunicados de

imprensa sempre foram considerados com atenção nas redações e, em geral, publicados sem grandes modificações" (TRÄSEL, 2014, p. 125).

Os bancos de dados são construídos a partir de questões surgidas de um determinado enquadramento social. Longe de ser neutros, são construídos para atenderem a demandas sociais específicas. Ao dar maior peso às bases de dados oferecidas por governos e organizações já detentoras da atenção da mídia em sua cobertura, portanto, os praticantes do JGD estariam reproduzindo as mesmas distorções de que a imprensa vem sendo acusada há décadas. (TRÄSEL, 2014, p. 128).

As bases de dados como fontes únicas de reportagens podem gerar oficialismo, porém, diferente de anteriores releases de assessorias de imprensa, os repórteres que acessam portais de transparência e íntegras de relatórios de pesquisa tem o potencial de escolha sobre quais recortes e cruzamentos de dados adotar para contar as suas histórias. Justamente nesta linha, Träsel assume como um conceito operacional da comunidade jornalística o JGD sendo uma prática que aplica saberes da computação e das ciências sociais "na interpretação de dados, com o objetivo de ampliar a função da imprensa como defensora do interesse público" (TRÄSEL, 2014, p. 119).

Em consonância com Träsel, Gomes (2009) atribui ao jornalismo uma função para a democracia que só o comprometimento com o interesse público pode cumprir, em especial, no período eleitoral. O jornalismo garante para a esfera civil um fluxo alternativo de comunicação política, fora do controle de interesses do campo político, "aparentemente mais confiável e mais respeitoso do interesse civil, o interesse público" (GOMES, 2009, p. 78).

4.4 O JORNALISMO E A LAI

O uso de dados públicos nas redações dos jornais foi sendo intensificada a partir da adoção de computadores nas redações e acelerada com o acesso à internet. A Lei de Acesso à Informação (LAI) também foi um fator facilitador para o acesso a dados públicos, por meio dos canais legais de acesso e pedido.

Como vimos, esses dados podem estar disponíveis por meio da transparência ativa, em dados abertos ou em formatos fechados, ou por meio de requisição via transparência passiva, via sistema de requisição no serviço de informação ao cidadão. Esses dois mecanismos tornaram-se mais uma das formas pelas quais os jornalistas têm acesso a informações que constituem a apuração de suas pautas. Os dados abertos podem ainda possibilitar não apenas o

acesso, mas também a leitura, análise, manipulação e cruzamento desses dados. Em um estágio mais avançado, como previsto no artigo 8 da lei, os dados abertos permitem conexões automatizadas por sistemas externos.

Os primeiros anos da LAI foram de adaptação dos órgãos públicos aos requisitos de divulgação por meio de sites específicos com fácil acesso. Portanto, aos jornalistas interessados em fazer uso do direito de acesso à informação coube, na maior parte das vezes, o pedido via serviço de informação ao cidadão. Ao longo dos anos de implementação dos requisitos da lei e com a adoção das políticas de dados abertos, os portais de transparência dos órgãos públicos foram aprimorando e aumentando o volume de bases de dados acessíveis.

O primeiro ano de LAI também foi objeto de um estudo desenvolvido pela Associação Brasileira de Jornalistas Investigativos (Abraji) e publicado em 2013. Foram entrevistados 87 jornalistas de 27 cidades brasileiras em 14 Estados entre 20 de fevereiro e 9 de abril de 2013. A pesquisa identificou o uso da lei pelo jornalismo como prática recorrente e mapeou os problemas enfrentados pelos jornalistas nas esferas Federal, Estadual e Municipal. A maior parte dos problemas esteve relacionada aos poderes Executivos. Uma das reclamações destacadas pela pesquisa versa justamente sobre os formatos dos arquivos disponibilizados. Neste sentido, os jornalistas cobraram maior empenho para a adoção de padrões de dados abertos pelos órgãos públicos. Um jornalista explicou a insatisfação: “Órgãos estatais colocam dados à disposição, mas em formatos fechados, que não permitem ao cidadão reaproveitá-los, ou mesmo realizar as análises mais básicas” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO, 2013, p. 12).

Desde 2012, a LAI também tem sido tema de artigos científicos e pesquisas acadêmicas que investigam os usos da lei pelos jornalistas (GENTILLI; SABINO, 2014; NASCIMENTO; RODRIGUES; KRAEMER, 2015; FRARE, 2014; GERALDES; SOUSA, 2016; BOTTREL, 2016, 2018; GERALDES; SOUSA; NEGRINI, 2017; DUTRA, 2015; GONÇALVES; STACCIARINI; NASCIMENTO, 2018). Na maior parte dos estudos, foram feitas análises de conteúdo em notícias que citavam a LAI textualmente ou entrevistas com profissionais que a utilizam. A revisão bibliográfica foi realizada com base em pesquisa nas bases de dados dos periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, a Capes⁸ e na biblioteca digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD⁹) e o repositório dos anais do Seminário em Pesquisa em Jornalismo Investigativo da Abraji¹⁰.

⁸ Portal de periódicos da Capes disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/>.

⁹ Biblioteca digital disponível em: <http://bdtd.ibict.br/vufind/>.

¹⁰ Site da Abraji disponível em: <http://www.abraji.org.br/seminario/anais.html>.

Bottrel (2016) estudou a utilização da lei como efetiva implementação do direito de acesso. O método adotado para colher a amostra foi extrair notícias por meio do alerta por palavra-chave do mecanismo de busca do Google que abastece o site do Observatório de Gestão da Informação (OBGI) para, por meio de análise de conteúdo, identificar quais são os atores sociais que fazem uso da lei e com qual finalidade. Os achados indicaram uma participação maior dos órgãos públicos como fonte, com 52,6% das notificações, e a sociedade civil com 45,6%. Outro achado importante diz respeito ao peso que a imprensa obteve no resultado da amostra que incluiu sites de empresas, blogs e outros canais.

Sobre a atuação da Imprensa, um primeiro ponto que ficou evidente foi a utilização da LAI como instrumento de trabalho, buscando dados para basear a redação de matérias jornalísticas, além da fiscalização das ações públicas, especialmente os veículos de comunicação Folha de SP, Estado de SP e A Cidade, apontando uma possível absorção do uso do acesso à informação na sua rotina de trabalho. (BOTTREL, 2016, p. 80).

Geraldes e Sousa (2016) também apontam mudanças nas rotinas de trabalho nas redações a partir de um artigo teórico com base nas premissas de *newsmaking*. Os achados indicam uma redução de dependência da redação das assessorias de imprensa, mas um dilema em relação ao *ethos* da imprensa jornalística. O tempo de resposta aos pedidos de transparência passiva associados ao tempo maior da produção da notícia com base em dados brutos disponibilizados pelos órgãos governamentais tende a contrapor o *ethos* da velocidade. Portanto, o estudo aponta que essas circunstâncias podem fazer as redações considerarem "a investigação uma prioridade e o planejamento das edições vá além de matérias apressadas e priorize textos acurados e bem apurados" (GERALDES; SOUSA, 2016, p. 17). Como apontamento final, os autores indicam a necessidade de o jornalista estar apto a compreender e explicar os índices, dados e indicadores sobre o Estado brasileiro.

Em outro estudo, realizado por Nascimento, Rodrigues e Kraemer (2015), também surge um resultado positivo quanto à adoção de informações pedidas via LAI em reportagens. O trabalho focou nos temas mais abordados pela imprensa nos dois primeiros anos de vigência da lei. Os autores analisaram 96 reportagens que publicaram informações obtidas por meio da LAI nos jornais Folha de S. Paulo, Estado de São Paulo e o O Globo no período e identificaram que ética pública e serviços públicos foram priorizados em detrimento a temas como a ditadura militar. O estudo mostrou que 65 repórteres assinaram as reportagens o que indica o uso da LAI na rotina jornalística.

Dutra e Paulino (2016) analisam a cobertura dos mesmos veículos impressos de referência sobre a LAI em 2012 e 2013. Foram consideradas 314 matérias jornalísticas e 101 textos diversos (editoriais, entrevistas, artigos de opinião, etc.). O jornal Folha de S. Paulo liderou as publicações sobre o tema, seguido por O Estado de São Paulo e pelo O Globo, sendo a editoria de Política a que fez maior uso da LAI para reportagens. Também foi encontrado que a maior parte das reportagens que citam a lei versam sobre questões do Executivo Federal.

Dutra (2015) também investigou os usos que os jornalistas fazem da LAI. A autora identificou o uso mais frequente do recurso da lei em pautas de "maior fôlego" e em temas relativos à execução de gastos da administração pública, andamento de políticas públicas do Governo Federal e documentos da ditadura militar. A questão do tempo de produção foi abordada nas entrevistas, os repórteres explicaram que não podem depender da LAI para notícias do dia a dia, mas em casos de uma pauta com tempo maior de produção. Os jornalistas ainda destacaram como positiva a redução da dependência das assessorias de imprensa, em especial, por não precisarem justificar o motivo do pedido das informações como tinham de fazer anteriormente, mas afirmam que nas notícias factuais ainda são dependentes das assessorias.

Um estudo desenvolvido com os dados de requisições de informações feitas por jornalistas por meio da LAI em 2017 evidenciou que há um uso efetivo do recurso no país. O estudo levantou todos os pedidos feitos por jornalistas identificados e constatou 3.386 pedidos feitos por 856 jornalistas, sendo que a maior parte requisitou apenas uma informação, mas há um grupo recorrente que faz uso do recurso com bastante frequência (GONÇALVES; STACCIARINI; NASCIMENTO, 2018).

Desde maio de 2012, quando a LAI entrou em vigor, até 31 de dezembro de 2017, 3.307 jornalistas assim registrados no sistema eletrônico e-Sic apresentaram pedidos de informação. Esse grupo formulou um total de 16.616 pedidos, o que dá uma média de cinco pedidos por jornalista no período. Considerando todos os pedidos de cidadãos, o e-Sic contabiliza 567.668 de requisições de informação de maio de 2012 ao final de 2017. (GONÇALVES; STACCIARINI; NASCIMENTO, 2018, p. 131).

Apesar de haver pouco mais três mil jornalistas registrados no e-Sic do Executivo Federal, pode haver mais pedidos feitos por jornalistas porque a LAI não obriga a identificação da profissão, tendo em vista que qualquer cidadão tem o direito de requerer informações públicas de seu interesse. No estudo, os autores analisaram apenas os pedidos de transparência passiva, ou seja, que demandam uma solicitação expressa porque não estão disponíveis em portais.

Esse capítulo associou o avanço das políticas de transparência pública no Brasil, o avanço do desenvolvimento computacional e técnicas digitais de apuração jornalística. Entendemos que essa tríade possibilita a publicação de modalidades comunicativas do jornalismo com uso de dados públicos, objeto deste estudo. A partir disto, elaboramos um questionário a ser aplicado aos jornalistas profissionais questionando os canais por meio dos quais os jornalistas efetivamente acessam dados públicos, como os jornalistas têm formatado a apropriação destes dados públicos para apresentar para os leitores e qual a percepção do *ethos* da profissão como fiscal do poder e mediador do interesse público a partir desta prática.

Iniciamos a seguir a apresentação dos procedimentos metodológicos de pesquisa que utilizou uma pesquisa de campo com o método bola de neve para identificar jornalistas que trabalham com o uso de dados públicos para produzir reportagens, infográficos, ferramentas interativas e outros. Queremos entender o quão coeso é esse grupo de profissionais, em quais formatos esses dados públicos são apresentados, qual a percepção dos jornalistas sobre o seu papel e quais os temas de interesse são mais indicados nos trabalhos de referência para esse grupo.

5 OS PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

“João amava Teresa que amava Raimundo que amava Maria que amava Joaquim que amava Lili que não amava ninguém.”

Carlos Drummond de Andrade (2015, p. 28)

Esta pesquisa estuda as modalidades comunicativas do jornalismo na internet com uso de dados públicos digitais. O objetivo principal é escrutinar as modalidades comunicativas com uso de dados públicos produzidas pelo jornalismo para identificar como a apropriação do acesso à informação por jornalistas reforça o *ethos* de fiscal do poder e o papel de mediador do debate público. A partir disso serão identificados quais os temas mais abordados nos jornais que adotam recursos garantidos por políticas públicas de transparência digital como fontes.

Desejamos (1) elaborar tipologias de modalidades comunicativas com uso de dados públicos por meio da análise das características do jornal e do webjornal acionadas; (2) traçar as relações dos objetos estudados com a percepção do jornalista como fiscal do poder e mediador do interesse público; (3) identificar canais primários de transparência digital mais adotados pelos jornalistas; (4) destacar e analisar quais temas são mais abordados por jornalistas e identificar quais os temas não estão abordados nas modalidades comunicativas, através da classificação de temas sensíveis, vitais e políticos vinculados e (5) compreender possíveis constrangimentos e também possíveis qualificadores do jornalismo para a representação do interesse público por meio de dados digitais.

Estes objetivos obedecem à hipótese as políticas públicas de transparência digital quando apropriadas pelo jornalismo por meio da manipulação de dados públicos transformados em modalidades comunicativas potencializam o *ethos* profissional de fiscal do poder e qualificam o papel social do jornalista como mediador do debate público. Diante dos objetivos, elegemos a metodologia Bola de Neve (BN) por entendê-la adequada.

5.1 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA: BOLA DE NEVE

O método Bola de Neve, originário das Ciências Sociais, será utilizado nesta pesquisa para a coleta de uma amostra não probabilística, ou seja, na qual “não é possível determinar a probabilidade de seleção de cada participante, mas torna-se útil para estudar grupos difíceis de serem acessados” (VINUTO, 2014, p. 203). Também é usado quando não há precisão sobre o tamanho do grupo identificado. Na tese, ela se aplica para a identificação do grupo de jornalistas

em redações que produzem modalidades comunicativas com uso de dados públicos digitais. A prática de modalidades comunicativas pode estar ou não vinculada a diferentes terminologias: jornalismo de dados, jornalismo investigativo, jornalismo computacional, reportagem assistida por computador, entre outros. A prática também pode ser adotada por repórteres não identificados em nenhuma nomenclatura de grupo.

Utilizamos o questionário pelo método Bola de Neve (BN) para compreender se os jornalistas se percebem como fiscais do poder e quais os formatos de modalidades comunicativas com uso de dados públicos digitais expressam esse *ethos* na cadeia de jornalistas que usam dados públicos digitais, considerando os trabalhos próprios e os trabalhos de colegas. O questionário permite mapear uma cadeia de jornalistas que se identificam com a prática de reportagem com o uso de dados públicos digitais no Brasil e sondar a percepção desses jornalistas respondentes sobre o papel social do jornalismo com o uso de dados públicos de transparência digital. Também é a partir dele a coleta das modalidades comunicativas que serão analisadas qualitativamente em formato e tematização. A análise do formato leva em conta as características essenciais do jornal e do webjornal, a partir dos quadros elaborados no capítulo dois. A análise da tematização adota como referência a categorização de temas desenvolvida por Weber (2017) na conceituação das redes de comunicação pública.

A motivação para o uso da amostragem por BN ou método não probabilístico é o mapeamento de uma cadeia de membros de uma população não listada ou não acessível publicamente. O método pressupõe que haja uma ligação entre os membros por laços de interesse para que um membro possa indicar outro (DEWES, 2013). O método se aplica a casos em que os pares sejam capazes de se reconhecer por práticas semelhantes.

O primeiro passo foi alcançar as “sementes”, ou seja, informantes-chave capazes de ajudar na identificação de pessoas com o perfil necessário para a pesquisa com o objetivo de constituir o grupo a ser estudado. Os respondentes indicam novos contatos com as características desejadas e assim sucessivamente até crescer a amostragem. O método chega ao ponto de saturação quando houver nomes indicados repetidos ou quando as informações não acrescentarem mais dados ao quadro de análise.

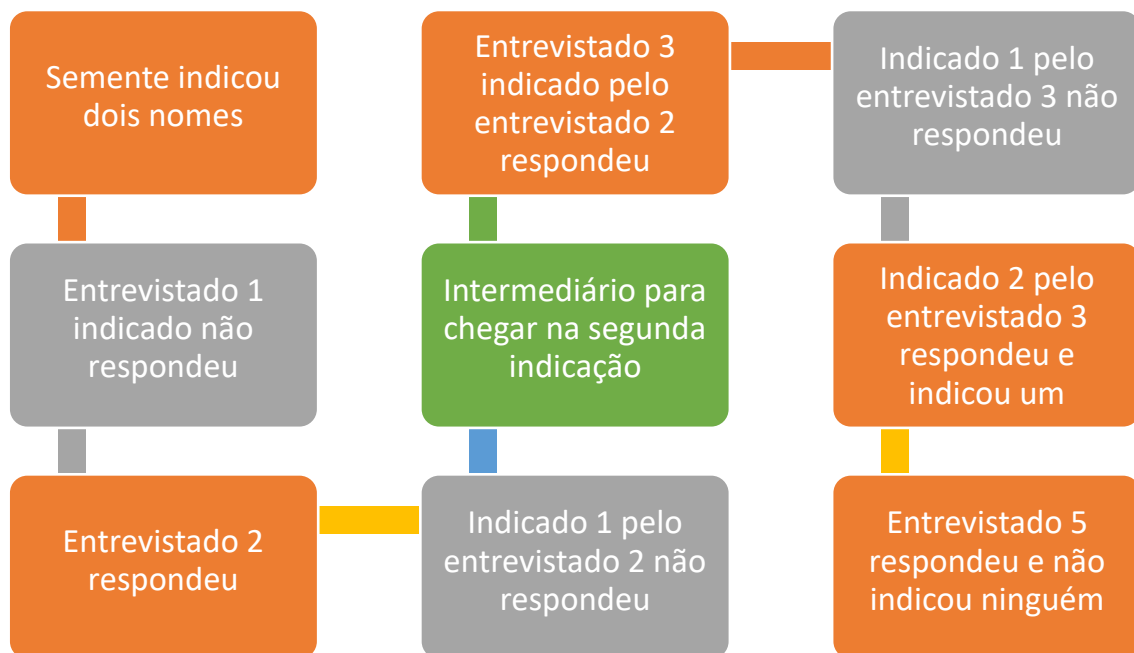
A partir da semente começa o processo da bola de neve. Esses primeiros indivíduos são considerados a onda zero. Inicia-se o processo pedindo a cada semente que indique n outros indivíduos. A onda um é formada pelos contatos dos indivíduos da onda zero que fazem parte da população-alvo e que não fazem parte da onda zero. A onda dois é formada pelos contatos indicados pelos indivíduos da onda um que fazem parte da população alvo e que não fazem parte da onda zero e da onda um. O processo segue até quando a nova onda não gerar novos contatos ou atingir o tamanho estimado. (DEWES, 2013, p. 11).

O método BN é utilizado para pesquisa exploratória de campo com o objetivo de alcançar uma melhor compreensão sobre um tema, testar a viabilidade de um estudo e desenvolver novos métodos para futuros estudos. Importante salientar que a amostra aumenta de acordo com a rede dos entrevistados. Um dos limitantes do método é justamente a não aceitação em participar por parte das pessoas indicadas.

Algumas limitações deste tipo de método devem ser consideradas para diminuir vieses de pesquisa e os considerar na análise dos dados. Uma delas é a dificuldade de lidar com grandes populações já que a indicação de nomes repetidos fica menos incidente. Outro inconveniente é possivelmente “acessar apenas argumentações semelhantes, já que os indivíduos necessariamente indicarão pessoas de sua rede pessoal, o que pode limitar a variabilidade de narrativas possíveis” (VINUTO, 2014, p. 207). Para evitar essa limitação é importante selecionar sementes com redes diferentes, para obter respostas mais plurais.

O quadro da BN é desenhado a partir das sementes, possíveis intermediários, se houver, entrevistados que aceitem e entrevistados que não aceitem. Uma ilustração da sequência do método (Figura 5) mostra hipoteticamente o caminho da cadeia de respondentes partindo de um entrevistado semente. A sequência pode seguir sucessivamente com respostas ou ter interrupções por não preenchimento. Há ainda a possibilidade de o pesquisador ter de acessar intermediários – que não estão no perfil de respondentes – para que o ajude a obter a resposta.

Figura 5 – Sequência de crescimento da rede pelo método Bola de Neve



Fonte: Elaborado pela autora

Na exploração desta pesquisa simulada (Figura 5) partimos de uma semente que indicou dois nomes sem possibilidade de estimar o volume e nem proporção de crescimento da amostragem de antemão. A rede da semente ilustrada nos levou a cinco questionários respondidos em uma cadeia de nove pessoas, entre respondentes e não respondentes. Aqueles que não respondem também constituem a rede por serem identificados como pares por pessoas do campo.

Biernacki e Waldorf (1981) apontam cinco áreas nas quais podem ser identificados problemas metodológicos no método BN: 1) encontrar os respondentes indicados; 2) verificar a elegibilidade dos respondentes antes de enviar; 3) engajar os respondentes como assistentes da pesquisa; 4) controlar o tipo de cadeia e os casos levantados em cada onda; 5) monitorar o crescimento da cadeia e a qualidade dos dados coletados.

Respondentes – A localização dos respondentes indicados pode provocar problemas quando a população-alvo possuir pouca visibilidade, normalmente associado a temas de pesquisa com grupos sociais periféricos como viciados em drogas ou criminosos. No caso da nossa pesquisa, os jornalistas indicados possuem figura pública, assinam as reportagens e, na maior parte dos casos, possuem perfis em sites de redes sociais ou e-mail divulgado pelo veículo no qual trabalham. Um problema comum nesse método é os respondentes não criarem empatia com a pesquisa, em especial, quando o pesquisador não tem contatos anteriores, acontece “quando o pesquisador se move em área onde tem pouco ou nenhum contato pré-estabelecido e, neste caso, o indicado ter pouca razão para acreditar ou aceitar fazer parte do projeto” (BIERNACK; WALDORF, 1981, p. 149). Há ainda a possibilidade de os respondentes ficarem constrangidos em indicar um nome e não indicar outros ou se equivocarem em relação ao perfil e atuação de conhecidos, amigos e colegas, indicando respondentes que não se encaixam na população-alvo de pesquisa.

Elegibilidade – o segundo problema está na verificação da elegibilidade do respondente. Essa é uma preocupação mais presente para pesquisas de campo na qual o pesquisador localiza presencialmente os respondentes. No caso do questionário online, a fraqueza do método pode residir em um respondente não se identificar corretamente como parte do perfil da população-alvo. Como os nomes são indicados, o risco fica reduzido. No caso de o pesquisador desconfiar da veracidade da identidade de algum respondente, o método prevê uma segunda forma de checagem. Pode ser por meio de perguntas a terceiros ou, no caso mais atual, uma pesquisa sobre o respondente em mecanismos de busca.

Mobilização – o engajamento de respondentes como assistentes de pesquisa se aplica quando o pesquisador terceiriza a aplicação do questionário mediante pagamento ou não. Neste caso, as limitações e problemas circundam a credibilidade dos intermediários. No caso dos questionários online, como nesta pesquisa, a questão do engajamento de respondentes reside mais na persuasão para que os citados se mobilizem para responder as questões enviadas.

Controle e monitoramento – o controle do tipo de cadeia a ser construída por cada semente deve levar em consideração o ponto de saturação por duas perspectivas: a representatividade da amostra ou a repetição de dados nas respostas. E o monitoramento dos respondentes visa garantir um volume adequado de dados coletados. A coleta pode ser afetada por desinteresse entre os entrevistados ou desinformação sobre o objetivo e a importância da pesquisa.

5.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA: O QUESTIONÁRIO ONLINE

No Quadro 7, abaixo, exibimos cada uma das perguntas e o objetivo associado a ela, ou seja, uma justificativa para a elaboração de cada uma das questões do questionário online (APÊNDICE 2).

Quadro 7 – Justificativa das perguntas no questionário online

PERGUNTA	OBJETIVO
1) Você foi identificado como jornalista, de jornal ou webjornal, que faz uso e apropriação de dados públicos de sites ou arquivos governamentais. Você participa desta cadeia?	Essa questão é importante porque há atores que fazem uso e apropriação de dados públicos que não são jornalistas ou não trabalham em jornal ou webjornal. O perfil do respondente foi delimitado para que a pesquisa centrasse no estudo dos jornalistas e das modalidades comunicativas publicadas em veículos jornal ou webjornal.
2) Você foi convidado(a) a responder às perguntas deste questionário de forma voluntária. Antes de concordar em participar desta pesquisa e responder o questionário abaixo, é importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste documento.	Esse consentimento é fundamental para a autorização de uso dos dados fornecidos pelos respondentes. É a formalização do “de acordo” consentido pelo pesquisado.
3) Na prática do jornalismo com dados públicos, de zero a cinco, quanto você se considera fiscal do poder governamental (<i>muckracker, watchdog, Quarto Poder, jornalista investigativo</i>)? Ao	A questão visa apreender o quanto na percepção dos jornalistas respondentes o uso e apropriação de dados públicos está relacionado ao <i>ethos</i> de fiscal do poder. Essa questão traz

<p>marcar zero você não se percebe como fiscal do poder, ao marcar 5 você se percebe muito como vigilante do poder.</p>	<p>elementos importantes para a interpretação da pesquisa que considera como hipótese que o uso de dados públicos potencializa o <i>ethos</i> do jornal como fiscal do poder e do jornalista como mediador do debate público.</p>
<p>4) Como você costuma apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos? Marque quantas opções se aplicarem.</p>	<p>Esta questão está relacionada ao objetivo de construir uma tipologia de formato de modalidades comunicativas com uso de dados públicos, considerando a prática de rotina dos jornalistas.</p>
<p>5) Como você gostaria de apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos, se pudesse escolher o formato? Marque quantas opções se aplicarem.</p>	<p>Esta questão está relacionada ao objetivo de construir uma tipologia de formato de modalidades comunicativas com uso de dados públicos, considerando o idealizado pelos jornalistas.</p>
<p>6) Qual o grau de probabilidade do seu acesso a dados públicos abertos se dar através dos canais primários abaixo (PIOTROWSKI, 2007 <i>apud</i> MARQUES, 2016). Marque 1 se a probabilidade for remota e 5 se for muito viável.</p>	<p>O acesso aos dados públicos por meio dos canais de transparência ativa ou passiva é uma forma de evidenciar o quanto os recursos disponibilizados pelas leis de transparência, em especial a LAI, são utilizados pelo grupo mapeado.</p>
<p>7) Indique até cinco jornalistas que você considera relevantes para a produção de jornalismo e reportagem com dados públicos digitais. Digite o nome completo ou assinatura profissional e o e-mail - se tiver.</p>	<p>Essa questão é fundamental para o desenrolar da pesquisa, visto que a partir das indicações que se efetiva o método Bola de Neve com o objetivo de mapear a cadeia de jornalistas de dados públicos digitais.</p>
<p>8) Cite de um a três trabalhos SEUS produzidos com dados públicos. Pode ser uma reportagem, um infográfico, um banco de dados, um site, etc. Insira o link.</p>	<p>Os trabalhos produzidos pelos jornalistas formarão a amostra de objetos a serem analisados pelos tipos de formatos e pela tematização das modalidades comunicativas com uso de dados públicos.</p>
<p>9) Cite de um a três trabalhos produzidos com dados públicos que são referência na sua área de atuação. Pode ser uma reportagem, um infográfico, um banco de dados, um site, etc. Insira o link.</p>	<p>Os trabalhos indicados pelos jornalistas formarão a amostra de objetos a serem analisados pelos tipos de formatos e pela tematização das modalidades comunicativas com uso de dados públicos.</p>
<p>10) Entre as características abaixo, quais você considera, de zero a cinco, como elementos constrangedores para a prática jornalística. Zero não constrange, cinco constrange muito.</p>	<p>Esse ponto é relevante para a interpretação das características essenciais e das características do webjornalismo em relação às modalidades comunicativas.</p>
<p>11) Qual o grau de legitimidade entre os atores sociais abaixo em relação à apropriação de dados públicos abertos. Marque 1 para a menor legitimidade e 5 para a maior legitimidade.</p>	<p>Apesar de a Lei de Acesso à Informação se aplicar a qualquer cidadão, há uma disputa entre atores por maior ou menos legitimidade para se apropriar e traduzir os dados públicos para dar publicidade.</p>
<p>12) Para finalizar, por favor, preencha alguns dados pessoais (para conhecimento do pesquisador, não haverá identificação de nomes de respondentes na pesquisa):</p>	<p>Os dados pessoais são uma garantia do pesquisador para localizar o entrevistado caso haja necessidade no futuro ou mesmo para acionar os respondentes como intermediários no método Bola de Neve.</p>

As questões foram selecionadas para serem aplicadas aos jornalistas pesquisados e formadores da rede de respondentes para possibilitar a coleta de dados para análise da rede, da percepção dos próprios jornalistas e das modalidades comunicativas praticadas por eles.

5.3 A REDE DOS JORNALISTAS

O método Bola de Neve foi escolhido para alcançar mais de um objetivo de pesquisa. A primeira parte da análise dos respondentes por meio de métricas de nó¹¹ para análise de rede¹² para o mapeamento da cadeia social tem o objetivo de identificar a coesão e o ponto de saturação da amostra de respondentes, ou seja, se o grupo mapeado para as entrevistas tem proximidade e identificação entre eles formando uma efetivamente um rede. Vamos observar em grafos a relação de intermediação, centralidade e proximidade da cadeia formada por jornalistas para verificar a saturação da rede. Analisamos as indicações dos nomes com grafos direcionados (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015).

A cadeia de jornalistas de dados foi mapeada considerando as métricas: centralidade, intermediação e proximidade dos nós. A centralidade representa o número de conexões que um determinado nó possui e desenha uma centralidade denominada local porque se estabelece em relação ao grupo mais próximo. Quando representados em grafos, os nós maiores são aqueles mais citados pelos respondentes (*indegree*). A intermediação também é uma medida de centralidade, e demonstra o quanto um nó transfere influência de um grupo para outro. Essa medida permite identificar quais nós são relevantes para conectar grupos diferentes. Essa é uma medida de influência no espalhamento da informação no grupo, “quanto mais ‘ponte’ um nó é, mais relevante é sua função de *gatekeeper* na decisão de quais informações circulam entre os diferentes grupos” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 69). Os nós de intermediação possibilitam a aproximação de grupos diferentes e reduzem a distância na cadeia de relações. A terceira métrica de mapeamento é o grau de proximidade, uma medida do quanto um nó está próximo dos demais. Quanto mais próximo, mais influenciável, quanto mais distante (mais periférico) mais demorará para receber a informação.

¹¹ A métrica de nó é quão central um nó é em uma determinada rede (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 66).

¹² Análise de redes sociais é uma abordagem estruturalista das relações entre atores e suas funções na constituição da sociedade. A ARS utiliza um conjunto de métricas e técnicas de pesquisa utilizado para descrever a relação dos nós (atores vértices) e suas conexões (arestas) (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 39).

5.4 A REDE DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Outro objetivo, conforme já explicitamos, é compreender a percepção dos jornalistas que trabalham com dados públicos digitais sobre o papel de mediador do debate público e interesse público no sentido de se perceberem como fiscais do poder e mobilizadores de impacto em outros atores sociais em rede. Aprender quais os formatos são mais usados pelos jornalistas e quais eles mais gostariam de usar para apresentar os dados públicos digitais. E identificar as modalidades comunicativas praticadas e as modalidades comunicativas de referência para o grupo de respondentes. Deste universo serão selecionadas as modalidades que serão analisadas na tese para desenvolver a tipologia de modalidades e avaliar o valor de tematização. O corpus a ser analisado nos permitirá ainda dissecar o impacto das modalidades comunicativas estudados para o debate na arena de comunicação pública, destacando casos nos quais os trabalhos jornalísticos mobilizaram o poder governamental a agir em nome do público por meio de atos e decisões políticas provocadas pelas pautas de interesse público.

5.4.1 Modalidades comunicativas por formato

As modalidades comunicativas selecionadas pelas respostas ao questionário foram analisadas a partir dos quadros desenvolvidos pela autora na seção de pesquisa bibliográfica do capítulo dois. Os quadros foram elaborados com base nas quatro características essenciais do jornal: universalidade, periodicidade, atualidade e publicidade e nas suas relações com as características do jornalismo digital. A partir da análise, conforme os quadros, vamos categorizar tipologias de modalidades comunicativas com uso de dados públicos. Analisaremos as modalidades separadas para depois agrupá-las em tipos e então poderemos categorizar e conceituar as tipologias.

Esta análise ainda nos permite sistematizar quais os formatos de apresentação dos dados públicos são mais utilizados pelos jornalistas ou mais referenciados por eles e quais os formatos com os quais eles gostariam de trabalhar se pudessem escolher. Essa parte da análise nos permite um indicativo de quanto a produção de modalidades comunicativas no dia a dia corresponde à expectativa ou ideal de trabalhos do grupo de jornalistas mapeados. Ou ainda projetar o quanto esse campo tem um potencial de crescimento e diversificação.

5.4.2 Modalidades comunicativas por temas

A outra parte da análise e interpretação teve como objetivo tensionar se a percepção dos jornalistas respondentes sobre o papel de mediadores do interesse público por meio de modalidades comunicativas corresponde a tematizações da comunicação pública (WEBER, 2017) e se essas pautas tem ou não um potencial de mobilização de debate público com impacto em atos e ações de governo ou outros atores públicos. Vamos observar a amplitude e os limites das modalidades comunicativas analisadas para representarem temas de interesse público.

Como premissa, o interesse público é definidor dos movimentos das instituições do Estado e da sociedade. Nessa perspectiva, o debate é instituinte da Comunicação Pública, considerando os temas que afetam a sociedade, os indivíduos, as instituições públicas e organizações privadas. (WEBER, 2017, p. 44).

A análise baseia-se na categorização de temas elaborada por Weber (2017) como sensíveis, vitais e políticos. Os temas sensíveis têm potencialmente o poder de provocar o debate público sobre questões religiosas, comportamentais, preconceituosas e discriminatórias como aborto, práticas religiosas e casamentos homoafetivos. Os temas vitais estão relacionados com liberdades políticas, acesso à saúde, alimentação, emprego, segurança, educação e outros. E os temas políticos abordam cargos públicos, corrupção, impostos, mudanças governamentais, políticas públicas e outros. Não vamos analisar como os temas são desencadeados nas redes de comunicação pública, mas utilizaremos a tematização como instrumento para qualificar os conjuntos de pauta de interesse público adotados pelas modalidades comunicativas com uso de dados públicos no jornalismo.

Esta parte da pesquisa permite responder quais temas os jornalistas entendem que mais representam a fiscalização do poder pela imprensa por meio de dados públicos digitais. E da mesma forma identificar quais os temas não estão abordados nas modalidades comunicativas para compreender possíveis limitações dos jornalistas na representação do interesse público por meio de dados públicos digitais.

6 A ANÁLISE DE REDE DOS JORNALISTAS

Neste capítulo apresentamos a interpretação e a análise dos dados de pesquisa. Foram 29 entrevistados em uma rede de 56 nomes alcançados como referência em produção de jornalismo digital com uso de dados públicos. O procedimento adotado para construção da rede foi o questionário online pelo método Bola de Neve (BN). A rede nos permite identificar visualmente o ponto de saturação do grupo de jornalistas. O objetivo deste instrumento foi coletar as modalidades comunicativas a serem analisadas como objetos da pesquisa e identificar percepções sobre a prática deste tipo de jornalismo.

Inicialmente, e na defesa de qualificação do projeto de pesquisa, buscávamos por meio do método de análise de conteúdo por ilustração produtos jornalísticos de mídia automatizada e a sua relação com os dados públicos. Percebemos ao longo do trajeto de pesquisa uma dificuldade para estabelecer um critério de seleção dos objetos empíricos a serem analisados. A pesquisa exploratória para a prova de qualificação de tese indicou que havia poucos objetos com tamanha especificidade de automatização produzidos pelo jornalismo a serem estudados.

Diante dessa dificuldade, optamos por ampliar o objeto de estudo da tese para abarcar modalidades comunicativas do jornalismo produzidas a partir da extração e interpretação de dados públicos digitais, com foco menor em automatização e programação para a internet e foco maior em características do formato, do conteúdo e temas de interesse público. Como o universo dessa produção está pulverizado em formatos diversos como notícia textual, infográficos, ferramentas online, reportagens *longform*, vídeos e *podcasts*, a delimitação de modalidades de referência precisaria de um critério inicial.

A primeira tentativa foi identificar jornais online que tivessem equipes de jornalismo de dados, no entanto, esse recorte poderia repetir o equívoco da coleta de qualificação, ou seja, não encontrarmos uma amostra suficiente para a execução da pesquisa. Definimos, então, em vez de selecionar veículos *a priori* e neles garimpar o empírico, consultar jornalistas e a eles solicitar modalidades comunicativas com o uso de dados públicos que fossem referência no campo de trabalho. A possibilidade de consultar os jornalistas que trabalham com dados públicos digitais em jornais e webjornais possibilitou também elaborar questões sobre o acesso a dados públicos e sobre a percepção dos jornalistas a respeito do *ethos* da profissão.

6.1 O QUESTIONÁRIO: PONTO DE PARTIDA DA PESQUISA DE CAMPO

Para a pesquisa adotamos como sementes da constituição da amostra para a população-alvo jornalistas com atuação no campo como repórteres ou editores e que reconhecidamente trabalhem com dados públicos, seja em reportagens investigativas ou em projetos de conteúdos especiais e específicos. São eles: o jornalista Daniel Bramatti, do Jornal O Estado de São Paulo, que atuou como editor do site Estadão Dados; a jornalista Cristina Tardáguila, que dirigiu a agência Lupa, a qual fornece notícias para webjornais como Folha de S. Paulo e revista Piauí; a jornalista Kátia Brebatti, repórter da Gazeta do Povo, autora e coordenadora de reportagens infográficas especiais; o jornalista Carlos Etchichury, editor do jornal Zero Hora e integrante do Grupo de Investigação (GDI), e a repórter especialista em finanças públicas Juliana Bublitz, do grupo RBS. Os jornalistas foram destacados por ter um trabalho reconhecido em redações com análise ou edição de dados públicos digitais, por estarem vinculados aos grupos de investigação ou produção de especiais nos respectivos jornais.

O questionário de pesquisa foi elaborado no mês de dezembro de 2018. Usamos como ferramenta a plataforma *surveymonkey*, ao considerarmos as funcionalidades do site mais interessantes do que o concorrente *Google form*. Uma das funcionalidades é a possibilidade de envio ilimitado de formulários, gerações de links encurtados e encaminhamento direto por diversos canais como e-mail, *Facebook messenger*, *whatsapp* e ainda a possibilidade de monitorar por meio de um painel online o retorno de todos os respondentes alcançados pela pesquisa.

Como o método Bola de Neve pressupõe que o pesquisador precise localizar todos os nomes indicados pelos respondentes, não nos limitamos aos recursos da Plataforma. Fizemos, em alguns casos, o contato de procura dos entrevistados por sites de redes sociais, pelo Google, pelos sites dos jornais para que pudéssemos alcançar o contato com os nomes indicados pelos entrevistados. A coleta dos dados foi iniciada pelo entrevistado “semente A” Daniel Bramatti, jornalista do Estado de S. Paulo.

O texto da tese revela apenas os nomes de respondentes sementes, os demais participam na condição de anônimos. Os sementes assinaram um termo de autorização da publicação do nome anexado ao final deste trabalho. Assim trataremos a codificação dos sementes como S + A, B, C, D, E, dos respondentes como R + o número e dos não respondentes como NR + o número, pelas seguintes convenções:

Quadro 8 – Codificação da cadeia de respondentes do questionário

Código	Significado
AS	Primeira semente
R1	Respondente 1
NR1	Não respondente 1
SB	Segunda semente
R2	Respondente 2
NR2	Não respondente 2

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir da codificação elaborada foi possível descrever como as sementes desencadearam ondas de relações e influência entre os grupos. As cinco sementes geraram 56 nomes, e, destes, 29 responderam ao questionário. A cada entrevistado era solicitado citar de um a cinco nomes e havia também a possibilidade de deixar a resposta em branco.

Quadro 9 – Codificação dos respondentes entrevistados sementes

Entrevistados sementes	Código	Indicações	Respondentes indicados	Cadeia R e NR
PRIMEIRA SEMENTE (Daniel Bramatti) JOR1	SA	05	04	24
SEGUNDA SEMENTE (Juliana Bublitz) JOR2	SB	04	02	21
TERCEIRA SEMENTE (Carlos Etchichury) JOR3	SC	05	04	12
QUARTA SEMENTE (Cristina Tardáguila) JOR4	SD	05	03	15
QUINTA SEMENTE (Kátia Brembatti) JOR5	SE	04	03	17

Fonte: Elaborado pela autora.

6.2 AS REDES DE JORNALISTAS

A primeira parte da análise dos respondentes foi realizada a partir de métricas de nós para análise de redes sociais. A construção desta análise leva em conta as indicações de nomes entre os pares respondentes do questionário online, referente à questão aberta para indicação de até cinco nomes para cada respondente. Observamos em grafos as relações que se estabelecem entre os nós da cadeia formada por jornalistas para verificar a saturação da rede. Analisamos as indicações dos nomes com grafos direcionados (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015). Com o uso do software de análise de redes Ucinet alimentado a partir de uma planilha bidirecional, identificamos as métricas de nós e de rede que nos permitiram ilustrar o ponto de saturação com a visualização de redes gerada pela ferramenta Netdraw.

Os grafos avaliados por métricas de centralidade em análise de redes sociais indicam que a amostra de pesquisa tem uma intermediação dos nós que aponta uma saturação de pelos menos 17 nós citados por mais de um respondente. Os nós SA, R1, R2, R5, R6, R4 são os nós mais centrais, ou seja, mais citados pelos pares. O mapa de 29 respondentes apresentou 56 nomes entre sementes, respondentes e não respondentes. Há um não respondente bastante citado, o NR2. Os demais não respondentes ficam situados nas extremidades da rede. Os nós não tão referenciados no grupo são relevantes para potencializar a ampliação da rede, considerando que são agentes aptos de externalização das informações que circulam com redundância no centro da rede.

A seguir, a pesquisa enfoca a análise da rede de jornalistas e as relações de rede individual considerando os laços desencadeados pelos cinco entrevistados sementes quanto à coesão, à intermediação e à influência de cada rede. Observaremos pelos grafos ilustrados de cada entrevistado semente que os atores jornalistas (nós da rede) se identificam entre si pelos nomes e pelos trabalhos assinados, provocando uma saturação rápida na rede de representatividade do grupo estudado.

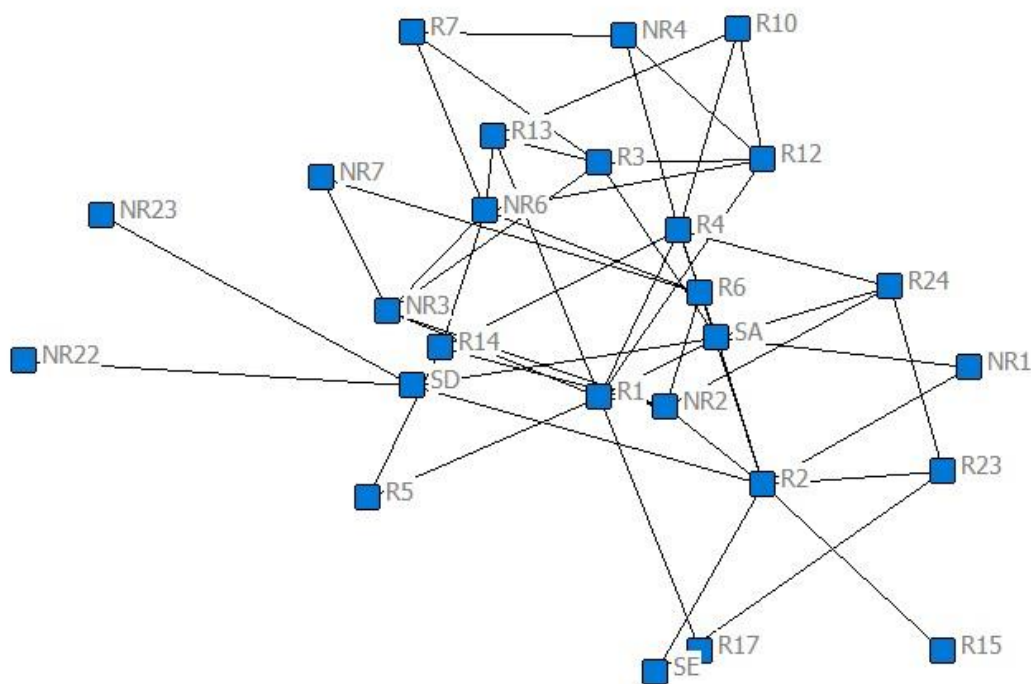
6.2.1 SA – Primeira Semente, Daniel Bramatti

O entrevistado semente A (SA) indicou cinco nomes. Os cinco foram contatados e quatro responderam (R1, R2, R3, R4). O respondente 1 (R1) indicou cinco nomes entre eles o SA, R2, R4 e trouxe dois novos nomes, o R5 e o R6. O outro respondente (R2) indicado pelo entrevistado semente A preencheu quatro nomes dos quais um é falecido, dois não responderam (NR1 e NR2) e o entrevistado SA se repetiu.

O R3 indicou o entrevistado semente SA, o R1 e um novo nome não respondente NR3. O R4 indicou o R7, a não respondente NR4 e os respondentes repetidos R1, R3 e R6. O R5 indicou três nomes, o NR5 e o R8 e R9. O R6 indicou quatro nomes, sendo os repetidos R4, NR2 e os não respondentes novos NR6 e NR7. O R7 trouxe um nome novo, R10, os repetidos NR4 e NR6 e o R3 e R6 já listados. O R8 deixou a questão sete em branco interrompendo o efeito BN da pesquisa. O R9 indicou o R8 e R5 repetidos, indicou ainda o NR8 e adicionou o R11. O R10 adicionou os R12 e R13 à rede, repetiu o R4 e listou os NRs 9 e 10. O R11 indicou três nomes, o R14, R8 e NR8. O R12 indicou os já respondentes R1 e R3 e os NRs 4, 6 e 11. O R13 indicou dois já respondentes R1 e R3 e o NR6. O R14 listou os respondentes R4, R5, R11 e NR6.

A este conjunto de ligações aplicamos uma métrica de rede chamada de centralidade para mensurar o grau de centralidade da semente e o potencial de expansão da rede de relações. Quanto mais centrais as marcações R, mais relevantes para o grupo mapeado. O Grafo 1 indica a centralidade da semente SA para a cadeia de jornalistas de dados. Além dos nomes indicados pelo SA terem efetivado as respostas – com influência indireta no crescimento da onda, como o R2 com sete citações e o R4 com seis citações –, SA também foi indicado e reconhecido por pares como jornalista que pratica jornalismo com uso de dados públicos. A rede se ampliou pela relevância dos nomes que SA indicou e também pelo fato de ter sido citado por respondentes. A onda gerada por SA reúne direta e indiretamente 26 nós dos 56 totais da cadeia mapeada.

Grafo 1 – Rede de 24 jornalistas desencadeada pelo entrevistado semente A



Fonte: Elaborado pela autora¹³.

Uma particularidade importante para compreender o Grafo 1 é o perfil de SA, Daniel Bramatti é jornalista e editor com atuação no centro do país, vinculado ao jornal O Estado de S. Paulo. Também relevante observar no Grafo 1 a presença de outras sementes, como SD e SE que citaram SA como referência entre os pares na produção de modalidades comunicativas. Outra medida de rede que pode ser observada no grafo 1 é a coesão, ou seja, o quanto os nós se reconhecem entre si, evidenciada pelos respondentes R1, R2, R3, R4 e R5, indicados por SA, por terem permitido o crescimento da rede ao indicar novos nomes que também se identificaram com a cadeia e responderam ao questionário. A percepção dos laços mais fortes na rede está na troca entre os nomes indicados que também tangenciam laços fracos com não respondentes –

¹³ Todos os grafos foram gerados pelo software Ucinet- Netdraw.

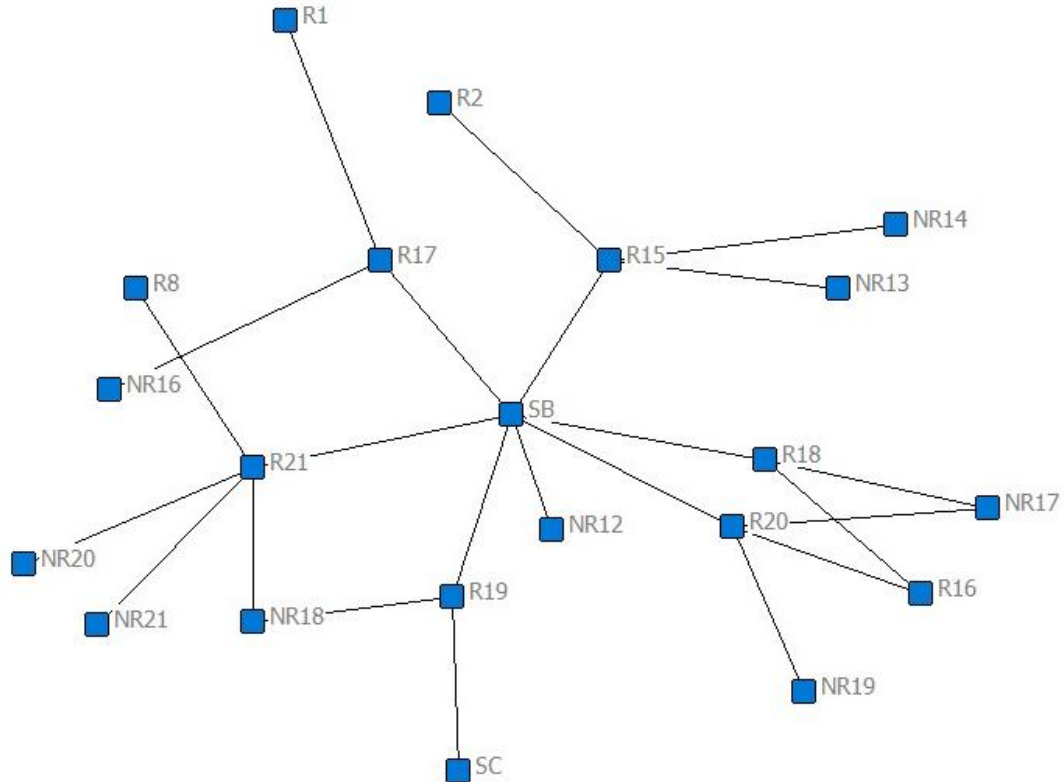
potenciais disseminadores do trabalho da rede mapeada, apesar se não se mobilizarem ao ponto de tornarem-se respondentes.

6.2.2 SB – Segunda Semente, Juliana Bublitz

A entrevistada semente B (SB) indicou quatro nomes. Destes, um pertence ao grupo de pesquisa em Jornalismo Digital da UFRGS e contribuiu com a discussão e objetivos a serem atingidos por esta tese e, portanto, foi excluído por potencial viés das respostas. Um (NR12) foi contatado duas vezes e não respondeu. Os outros dois responderam o questionário, sendo que um (R16) respondeu onze das doze perguntas, mas deixou em branco a indicação de pares interrompendo o efeito BN. E o outro (R15) indicou quatro nomes. Um deles coincide com um dos avaliadores da banca de qualificação desta tese e, portanto, foi excluído da amostra para não comprometer a avaliação na banca final. O outro R2 já havia sido indicado na cadeia da primeira semente. Os dois nomes restantes foram contatados e também não retornaram (NR13 e NR14).

Observa-se pela rede egocentrada de SB que apesar de ter obtido duas respostas dos indicados, este é um nó influente porque foi citado por nós relacionados por outros respondentes. Esta é uma evidência de centralidade deste nó como referência entre os nós da cadeia de jornalismo com uso de dados públicos. Dos 56 nós mapeados 21 fazem parte da rede egocentrada de SB direta e indiretamente.

Grafo 2 – Rede de 21 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente B



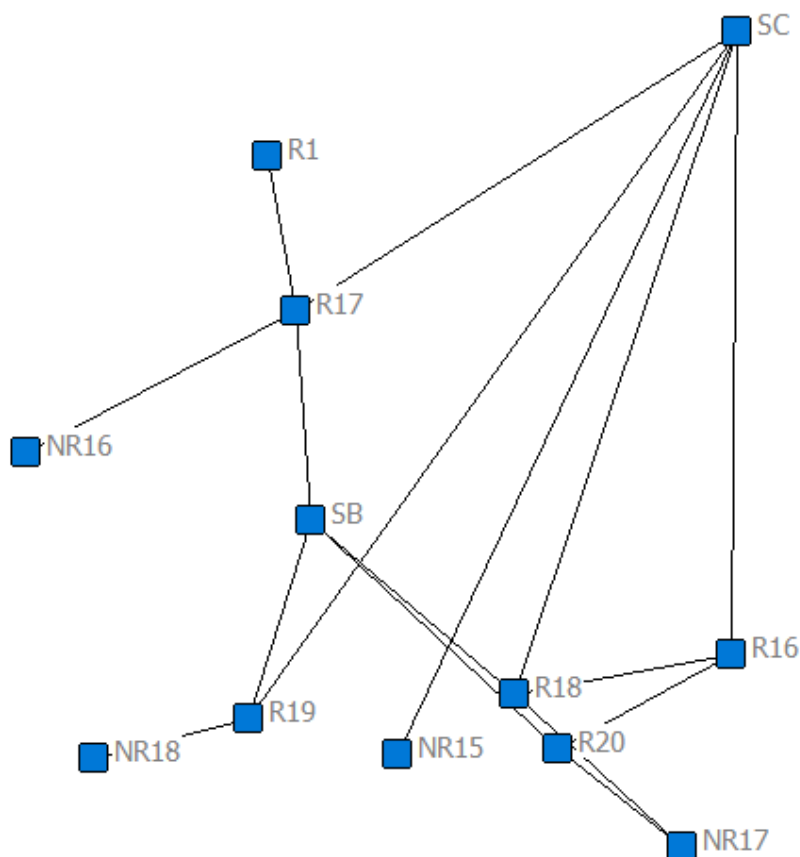
Fonte: Elaborado pela autora.

O Grafo 2 evidencia a força de intermediação de SB, repórter Juliana Bublitz, em relação a três nós respondentes com influência no crescimento da rede germinada pela original, inclusive com uma ligação indireta com SC. Os entrevistados sementes B e C trabalham no mesmo veículo multiplataforma de comunicação, GaúchaZH. A entrevistada SB, além de citar respondentes que permitiram o crescimento da cadeia de respondentes, também configura entre os nomes citados por pares pela produção de trabalhos referência no campo. Portanto, a rede de SB apresenta elementos de coesão e poder de intermediação entre os nós por ter relações de laços fortes e por ter reconhecimento como profissional com modalidades comunicativas com uso de dados públicos publicados com relevância para os pares.

6.2.3 SC – Terceira Semente, Carlos Etchichury

O entrevistado semente C (SC), jornalista Carlos Etchichury, indicou cinco nomes. Desses, um coincidiu com a indicação de SB e já havia respondido (R16). Uma respondeu (R17) e indicou cinco nomes, sendo quatro repetidos da primeira e da segunda cadeia (SB, R1, R3, R16) e já contatados. A quinta indicada foi contatada e não retornou até o fechamento do questionário (NR15). O terceiro indicado por SC, respondente R18, listou o R16 e a SB repetidos e os nomes R20 e NR17. O quarto respondente R19 repetiu o nome de SB e indicou o NR18. O quinto indicado não respondeu. O respondente R20 indicou o R21, o NR 19 e os repetidos R16, NR17 e SB. O respondente R21 indicou os NR 20 e NR21 e os repetidos SB, NR18 e R8.

Grafo 3 – Rede de 12 jornalistas desencadeada pelo entrevistado semente C



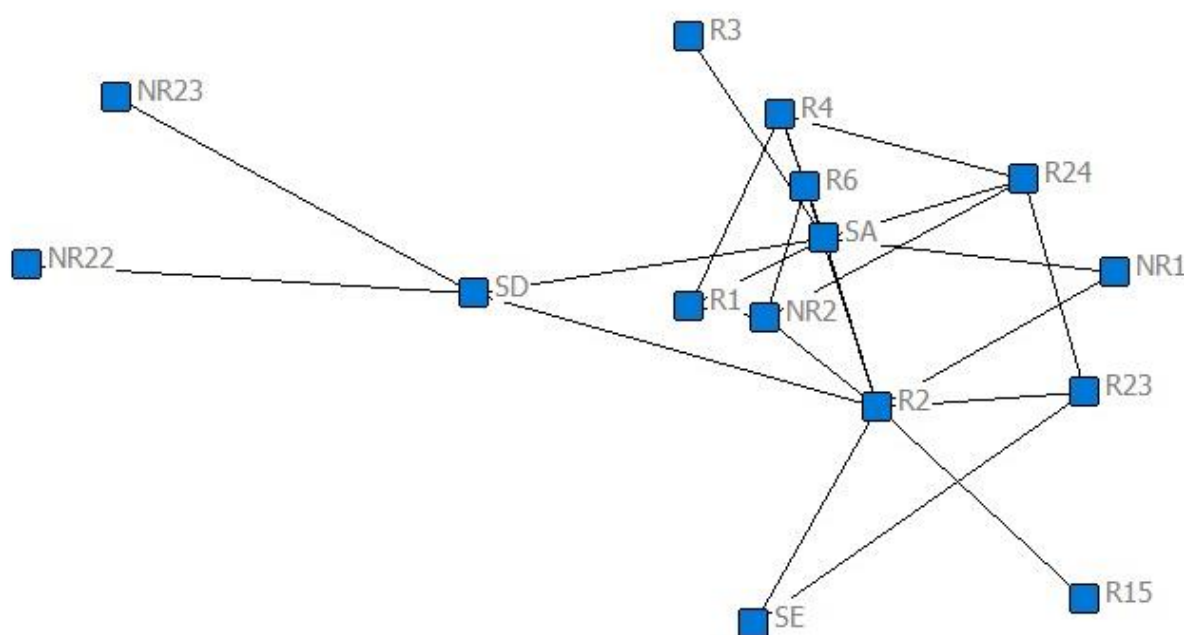
Fonte: Elaborado pela autora.

O Grafo 3 egocentrado do entrevistado SC demonstra que apesar de trabalhar com jornalismo investigativo, o nó recebeu poucas referências ao seu nome. Como a atuação profissional de SC está mais relacionada à edição, há probabilidade de sua assinatura circular menos nos trabalhos de referência. A relação entre SC e SB, que trabalham no mesmo veículo, é uma rede indireta, pois SB foi citada por respondentes indicados por SC. O entrevistado SC, Carlos Etchichury, trabalhava em 2019 como editor-chefe do jornal Zero Hora, o que possivelmente indica o fato de ele só possuir nós direcionados diretamente pela citação e não possuir citações de seu nome pelos pares. As relações indiretas, no entanto, indicam uma atuação importante no campo profissional como disseminador da produção de modalidades comunicativas com uso de dados públicos. Menos coesão não significa menor valor para a rede.

6.2.4 SD – Quarta Semente, Cristina Tardáguila

A entrevistada semente D (SD) indicou cinco nomes, sendo dois coincidentes com as citações anteriores (SA e R2). Outros dois foram contatados sem resposta (NR22, NR23). E um respondeu (R22) indicando dois nomes que foram contatados e não retornaram (NR24 e NR25). A semente SD tem atuação como editora e empreendedora, além de jornalista, o que pode indicar uma influência menor na cadeia de jornalistas de dados, no entanto, a rede egocentrada de SD constituiu 15 nós dos 56. Percebe-se, por exemplo, uma ligação com SA o que pode alçá-la a um capital social de intermediação pela força dos laços fracos¹⁴. Menos coesão não significa menor valor para a rede.

Grafo 4 – Rede de 15 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente D



Fonte: Elaborado pela autora.

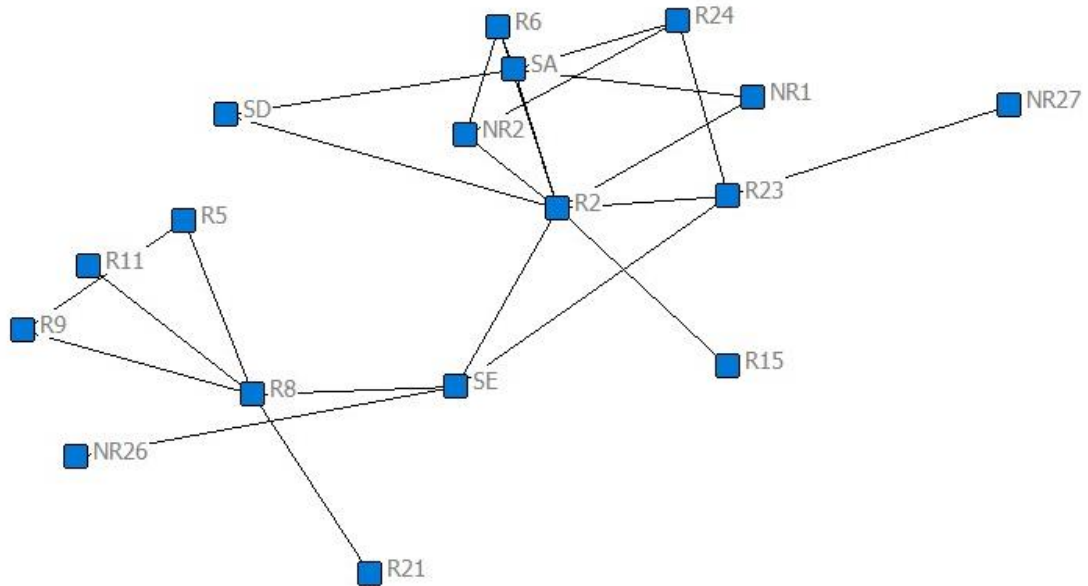
¹⁴ A força dos laços fracos está em criar a ligação entre grupos diferentes (GRANOVETTER, 1973).

Conforme Grafo 4, a rede de SD mostra-se bastante influenciada pelo respondente 2, o repórter com alta intermediação entre os nós o que permitiu uma associação entre a rede de SD e a rede de SA, provocando o efeito de coesão entre os nós da rede, gerando uma saturação importante da mesma. A entrevistada SD, jornalista Cristina Tardáguila, atuava no Rio de Janeiro em 2018 e tem influência importante na prática de jornalismo de checagem com a agência Lupa.

6.2.5 SE – Quinta Semente, Kátia Cilene Brembatti

A entrevistada semente E (SE), Kátia Cilene Brembatti, indicou cinco nomes, sendo dois coincidentes com nomes das ondas anteriores (R8 e R2). Um terceiro se identificou como jornalista, mas não como colaborador de jornal ou webjornal e nem com atividades jornalísticas, o que o deixou fora do perfil- alvo dos respondentes e foi excluído. Uma quarta foi contatada e optou por não participar (NR26). O quinto (R23) respondeu com indicação de outros cinco nomes, sendo três coincidentes com as ondas anteriores (R2, R11, R14). Dos outros, NR27 não retornou e R24 preencheu o questionário. O R24 indicou o SA, o R4 e o NR2 fechando a onda por falta de novos nomes. A entrevistada SE também possui uma conexão direta egocentrada pequena, o que indica menor centralidade na cadeia em estudo, no entanto, se relaciona com nós poderosos como o R2, que figura com destaque em conexões bidirecionais, tendo sido citado por sete nós. Dos 56 nós, 17 fazem parte da rede egocentrada direta e indireta em dois graus. SE se conecta indiretamente com SD e com SA o que indica coesão da rede entre sementes, como podemos observar no Grafo 5.

Grafo 5 – Rede de 17 jornalistas desencadeada pela entrevistada semente E



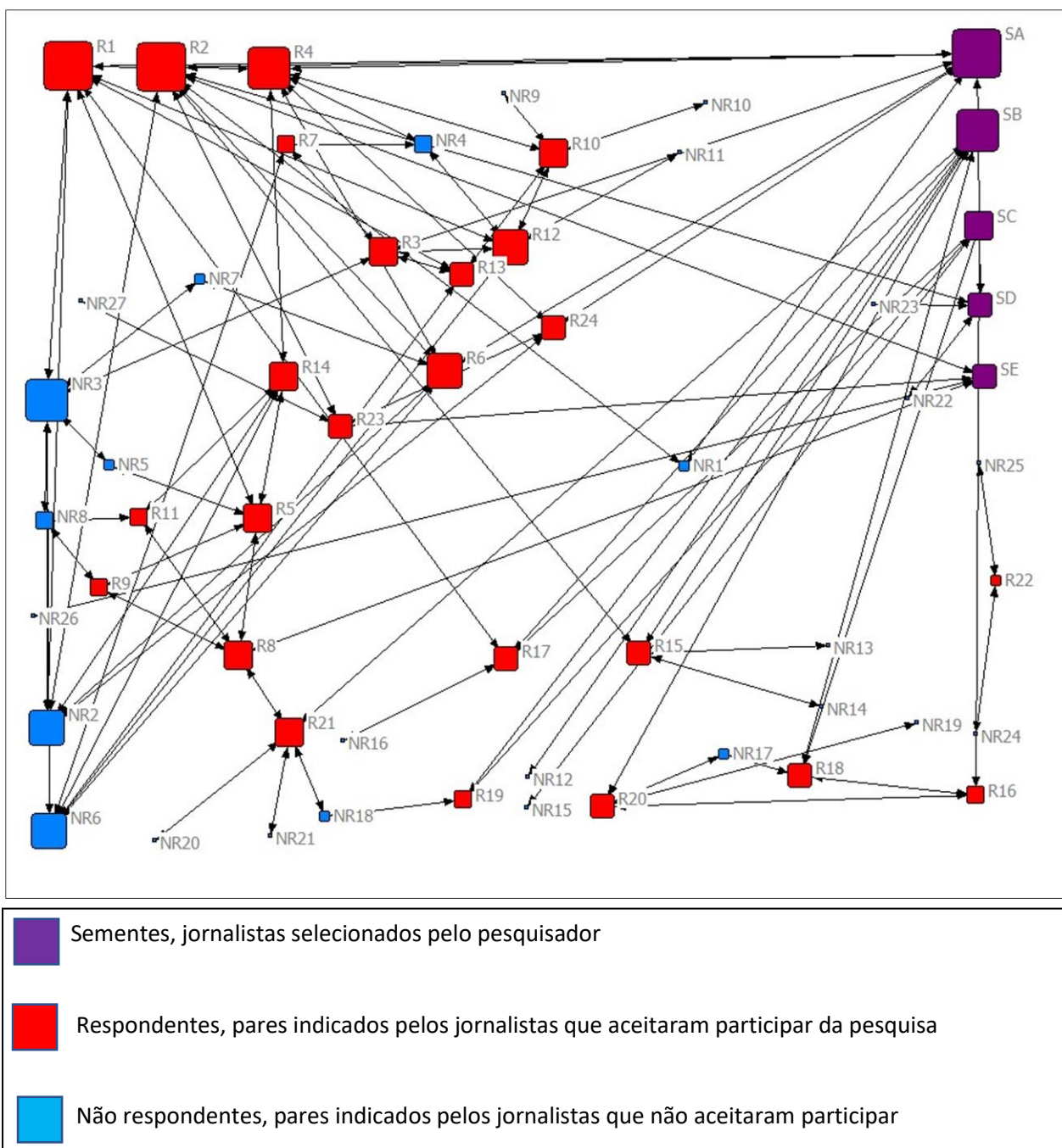
Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre os nomes citados nesta onda, estão jornalistas mais veteranos com indicações de trabalhos de levantamento de dados de jornais nos anos 1990 em redações nacionais. Essas modalidades puderam ser acionadas por esta pesquisa por meio de banco de dados de acervos de jornais impressos digitalizados. Esses trabalhos indicam o pioneirismo do jornalismo de dados praticado mesmo antes da aprovação das políticas de transparência digital no país.

6.2.6 Centralidade dos nós (*degree*)

A métrica centralidade do nó (*degree*) identifica quais nós são mais poderosos na rede. Cada nome é um nó. A centralidade também indica coesão, pois se um ator concentra muitas conexões, ele tem o poder de ligar a rede e permite que a informação trafegue entre os pontos. No entanto, é importante observar que quanto mais nós centrais uma rede possuir, maior a coesão, pois significa que se um nó for desconectado ou deixar a rede, o grupo segue ativo, como ilustrado no Grafo 6.

Grafo 6 – Centralidade de nós da rede inteira



Fonte: elaborado pela autora

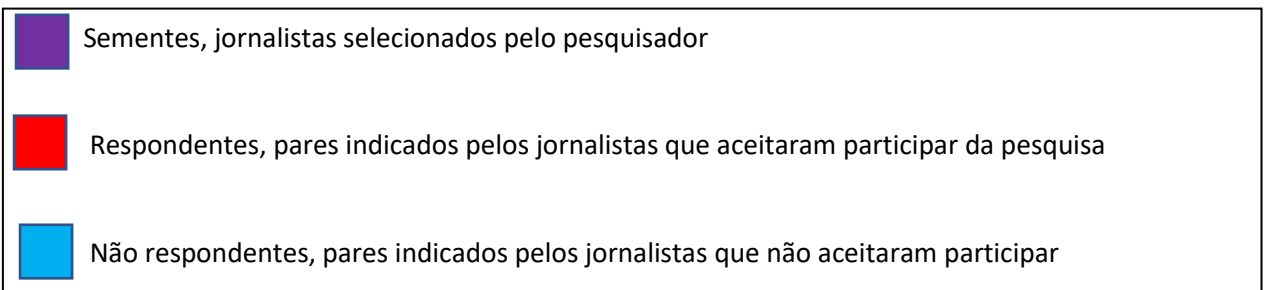
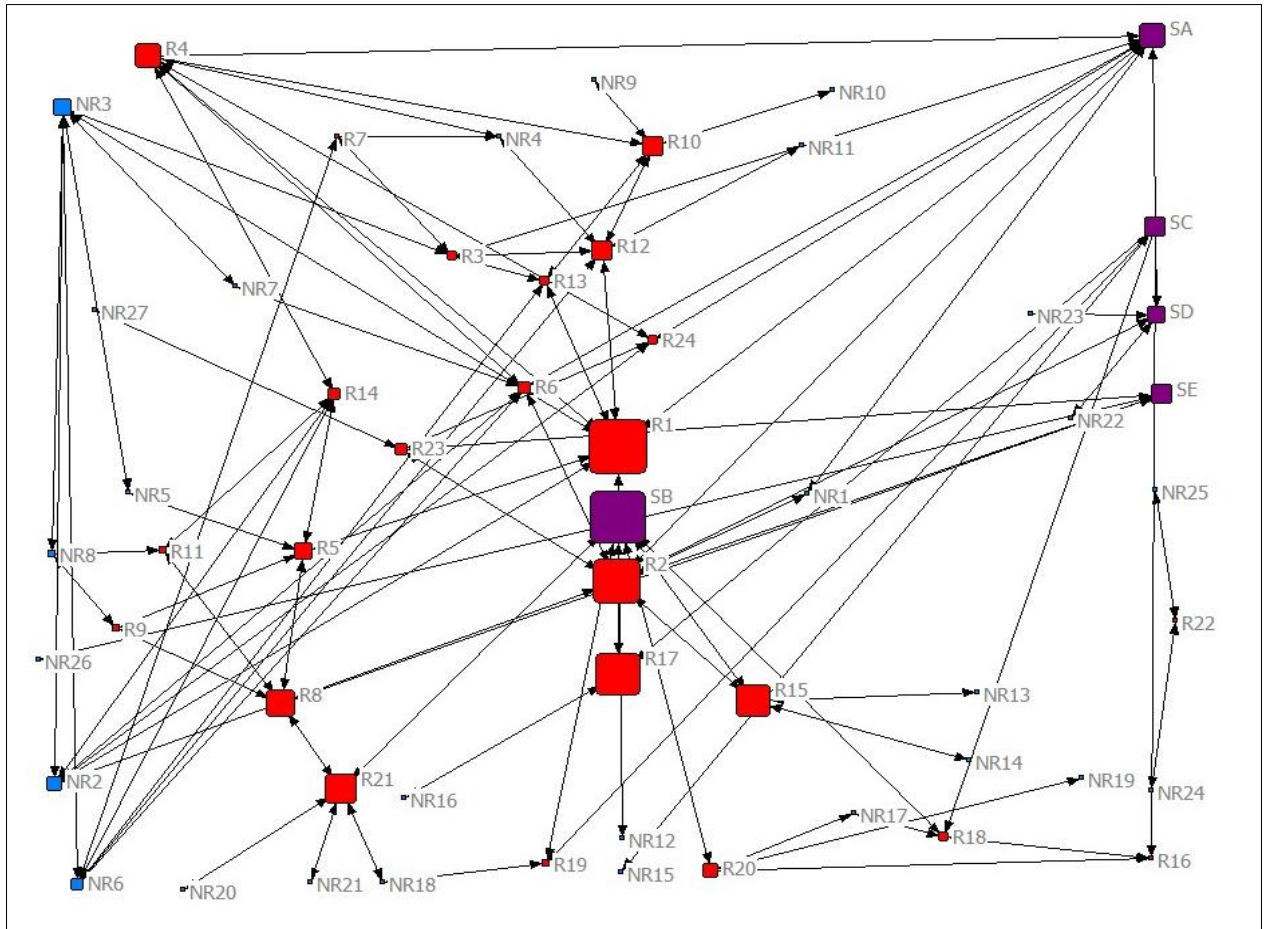
A centralidade de nós é uma medida associada a prestígio e influência na rede. Percebe-se neste caso que há um grupo evidentemente mais influente, destacado nas cores berinjela (SB e SB), nas cores vermelho (R1, R2 e R4) e nas cores azul (NR 2, NR 3 e NR6). Os nós destacados no grafo apresentam um grau de centralidade maior em relação aos pares, o que

significa que os jornalistas que trabalham com dados públicos os reconhecem com maior prestígio. Os nós SA (berinjela), R1 (vermelho) e R2 (vermelho) figuram com quadrados proporcionalmente maiores em relação aos demais influenciadores do grupo por possuírem maior relevância relativa, ou seja, possuem contatos com nós centrais e também são citados por pares com mais frequência. Num segundo nível de centralidade também com poder de influência importante estão R4, SB e NR3. Portanto, os quadrados de maior tamanho indicam os nós de maior influência e o quanto os mais influentes estão diretamente associados e possuem um potencial grande de transmitir informação, mas ao mesmo tempo de degenerar os dados quando a circulação da informação não conseguir romper as barreiras de laços fortes acessando nós menos coesos capazes de conduzir informações para outros grupos.

6.2.7 Intermediação dos nós

A visualização de rede dos jornalistas mostra o grau de intermediação da centralidade dos nós. Os nós maiores ilustrados em destaque na imagem são aqueles mais citados pelos respondentes com ligações diretas e indiretas na rede (*indegree*), de acordo com o Grafo 7, abaixo.

Grafo 7 – Intermediação de nós da rede inteira



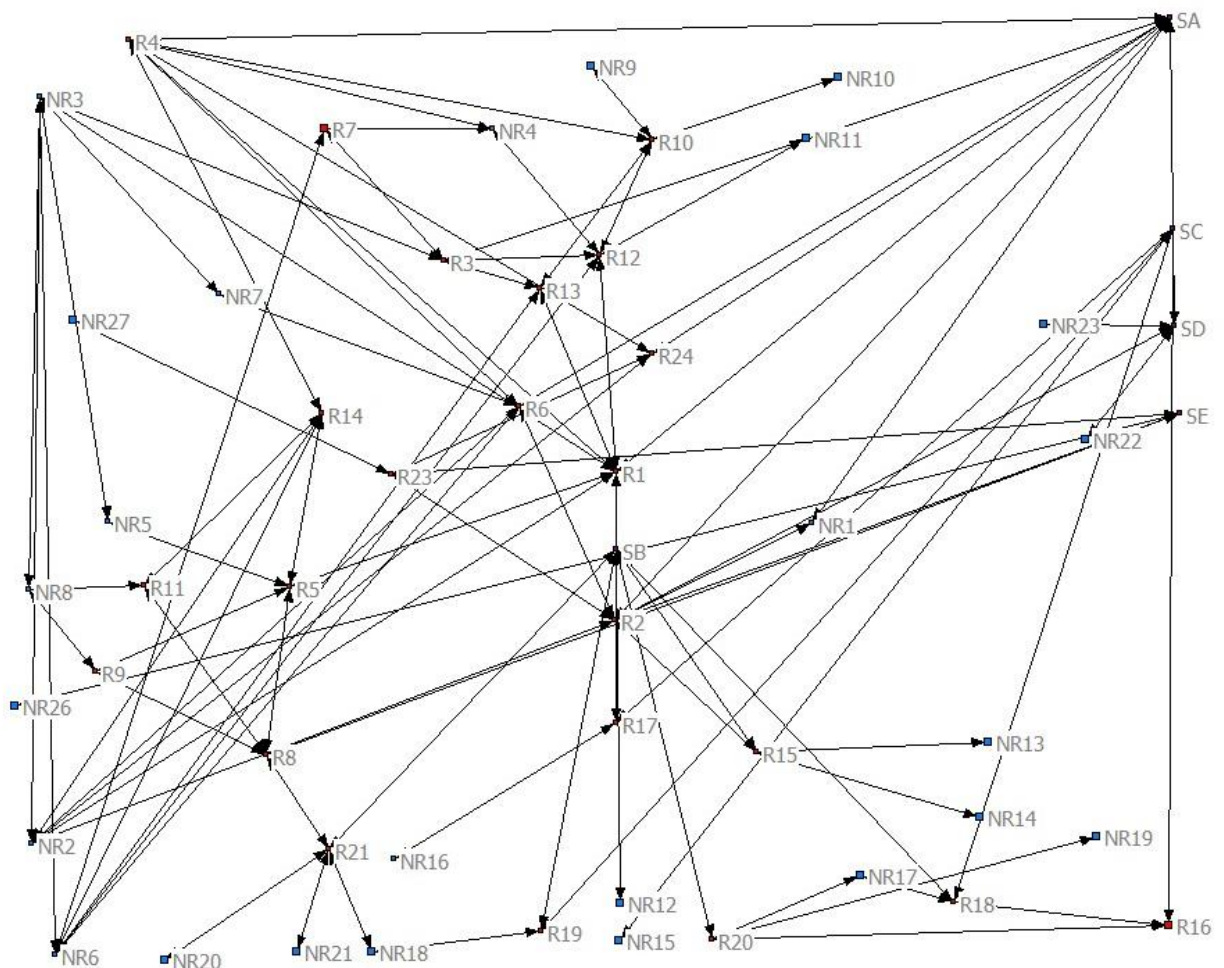
Fonte: Elaborado pela autora.

A imagem mostra que há uma rede pequena com um grau de intermediação elevado, já que os quadrados maiores apontam os nós pontes entre grupos. Percebemos que os grupos não são tão dependentes de nós intermediários, considerando que caso um nó intermediário (quadrados maiores) fosse retirado do grupo, ainda assim a ligação entre a cadeia seria coesa. Os nós que se destacam com maior poder de intermediação entre os pares são o SB (berinjela), R2 (vermelho), R1 (vermelho) e R17 (vermelho), sendo respectivamente SB, semente Juliana Bublitz, repórter do jornal Zero Hora, R1 repórter da Folha de S. Paulo e R2 editor da revista Piauí e R17 analista de dados do jornal Folha de São Paulo, no momento em que responderam o questionário.

6.2.8 Proximidade dos nós

O Grafo 8 gerado pela métrica de proximidade dos nós (*closeness*) indica uma cadeia de jornalistas altamente conectada entre si, demonstrando um potencial importante de influência entre os nós pelos laços estreitos e um poder de alcance das informações dentro do grupo pelas trocas proporcionadas pela coesão. A imagem demonstra grande permeabilidade entre os nós da rede, configurando um grupo atuante na troca de referências.

Grafo 8 – Proximidade de nós da rede inteira



Fonte: Elaborado pela autora.

Também observamos no Grafo 8 muitos nós periféricos, ou seja, nós mais suscetíveis de serem influenciados do que influenciar o grupo. Observamos que o grupo codificado por NR (não-respondente) situa-se mais na periferia do grafo, enquanto os respondentes e as sementes

têm posições mais centrais o que indica maior influência entre os pares na rede. Mas há exceções, como o NR2, muito próximo do R2 e, portanto, bastante influente e citado por pares. Diferente das métricas anteriores que apontam centralidade e intermediação por meio de cores e proporções variantes, este grafo demonstra uma proximidade harmônica, ou seja, o grau de troca e coesão neste grupo considera relevantes todos os nós conectados para denotar o poder compartilhamento de conhecimento entre todos os participantes, independente do grau de influência ou ativação do ator. Esta é a métrica que evidencia para a pesquisa a saturação e a conexão da rede construída por meio das entrevistas com o método bola de neve (BN).

Consideramos a amostra de 56 nomes relevante, pois demonstra uma prática assídua em rede entre pares. Também consideramos o papel dos não respondentes como indicativo de nós com laços mais fracos no grupo, mas da mesma forma relevantes como condutores de conhecimento e informação capazes de permitir a ampliação da cadeia de jornalistas que faz uso e apropriação de dados públicos para promover um debate de temas de interesse público. Em relação aos jornalistas que fizeram pedido via transparência passiva, que chega a três mil no país (GONÇALVES; STACCIARINI; NASCIMENTO, 2018), parece que a amostra de 56 nomes é pequena. No entanto, esse é o grupo que se identifica como praticante referência do trabalho de produzir modalidades comunicativas com uso de dados públicos. Portanto, o fato de haver indicações entre eles atingindo a saturação com brevidade é uma evidência importante para o avanço desta pesquisa para a próxima etapa.

6.3 COMO OS NÓS PERCEBEM E FAZEM JORNALISMO

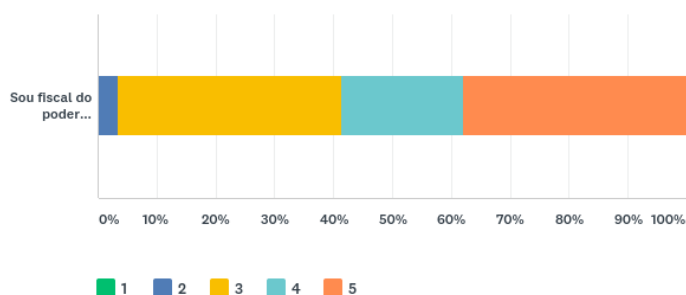
Estes nós mapeados na cadeia de jornalistas que produzem modalidades comunicativas com uso de dados públicos fazem jornalismo a partir do acesso a bases de dados governamentais, a maioria por meio de portais de transparência ou por solicitação de informações por meio do serviço de informação ao cidadão. Essa prática reforça para os jornalistas a autopercepção de fiscais do poder. Também permite ao grupo desenhado almejar modalidades comunicativas interativas e personalizadas apesar de praticarem notícias em modalidades multimídia, como demonstra a decodificação das respostas qualitativas do questionário.

6.3.1 Sobre o *ethos* de fiscal do poder governamental

Esta parte da análise busca responder ao objetivo de pesquisa de identificar o quanto a cadeia de jornalistas que usa dados públicos se percebe como fiscal do poder, ou seja, mediador do interesse público em nome da universalidade e publicidade do jornal. As respostas à pergunta “Na prática do jornalismo com dados públicos, quanto você se considera fiscal do poder governamental (*muckracker*, *wtachdog*, Quarto Poder, jornalista investigativo)” indicam um reconhecimento do *ethos* do jornalista como fiscal do poder, mas com algumas ressalvas. De zero a cinco, onde cinco é o máximo de poder de fiscalização, a média de percepção dos respondentes foi de quatro pontos, conforme evidencia o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Percepção do *ethos* jornalístico

Q3 Na prática do jornalismo com dados públicos, de zero a cinco, quanto você se considera fiscal do poder governamental (*muckracker*, *watchdog*, Quarto Poder, jornalista investigativo)? Ao marcar zero você não se percebe como fiscal do poder, ao marcar 5 você se percebe muito como vigilante do poder.



Fonte: Elaborado pela autora.¹⁵

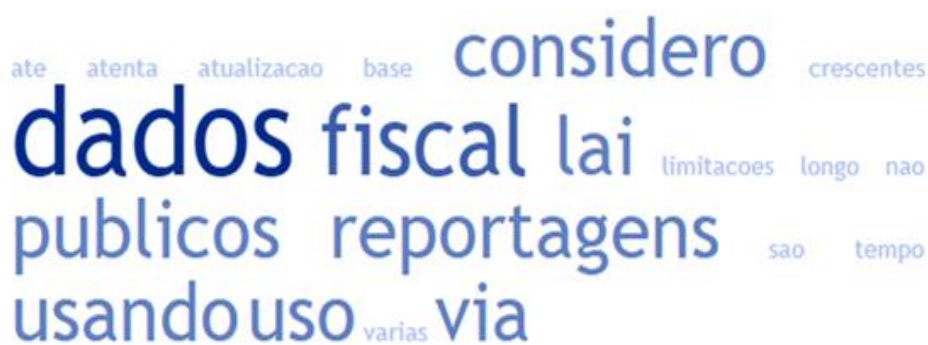
Entre os jornalistas que deixaram comentários sobre essa percepção se destacam alguns tópicos como um comparativo com colegas do tipo “*como parâmetro, sei de outros jornalistas que são muito mais fiscalizadores ou que não começam o dia antes de checar se teve alguma atualização em base de dados, então me considero mediana*” ou abordando questões contextuais como “*podemos ser fiscais até certo limite, fazendo uso de ferramentas existentes e fontes, mas existem várias limitações legais e ameaças crescentes ao nosso trabalho.*”

Do total dos comentários se destacam as palavras-chave ilustradas na imagem abaixo. Pela ferramenta online *Tagcrowd* quanto maior e mais espessa a palavra, mais vezes ela é

¹⁵ Todos os gráficos foram gerados pela plataforma SurveyMonkey em 25 de fevereiro de 2019.

citada. No caso, “dados” foi a palavra mais sobressalente, seguida por “fiscal”. Depois se destacam “LAI”, “públicos” e “reportagens”, conforme apresenta a Figura 7.

Figura 6 – Nuvem de palavras do ethos jornalístico



Fonte: Elaborado pela autora¹⁶.

As palavras em destaque na Figura 7 indicam que os jornalistas respondentes associam a prática do jornalismo com dados públicos ao papel social de “fiscal” do jornalismo por meio da produção de reportagens, ou seja, apuração, interpretação e apresentação dos temas de interesse amplo para o debate público.

6.4.2 Acesso a dados públicos

A forma do acesso aos dados pelos jornalistas foi o objeto da questão 6 “Qual o grau de probabilidade do seu acesso a dados públicos se dar através de canais primários” (Gráfico 2). As opções de resposta foram baseadas em Pietrowski (*apud* MARQUES, 2016), com medição de zero a cinco, sendo zero nenhuma chance de acesso e cinco acesso bastante viável. O público respondente atribuiu maior probabilidade de acessar dados públicos com grau 4 para portais públicos de transparência digital e liberação de materiais solicitados pelo e-SIC, como prevê a Lei de Acesso à Informação. Em grau 2 de probabilidade ficaram divulgação de informações pelo governo via assessoria de imprensa e obtenção dos dados por meio de audiências públicas.

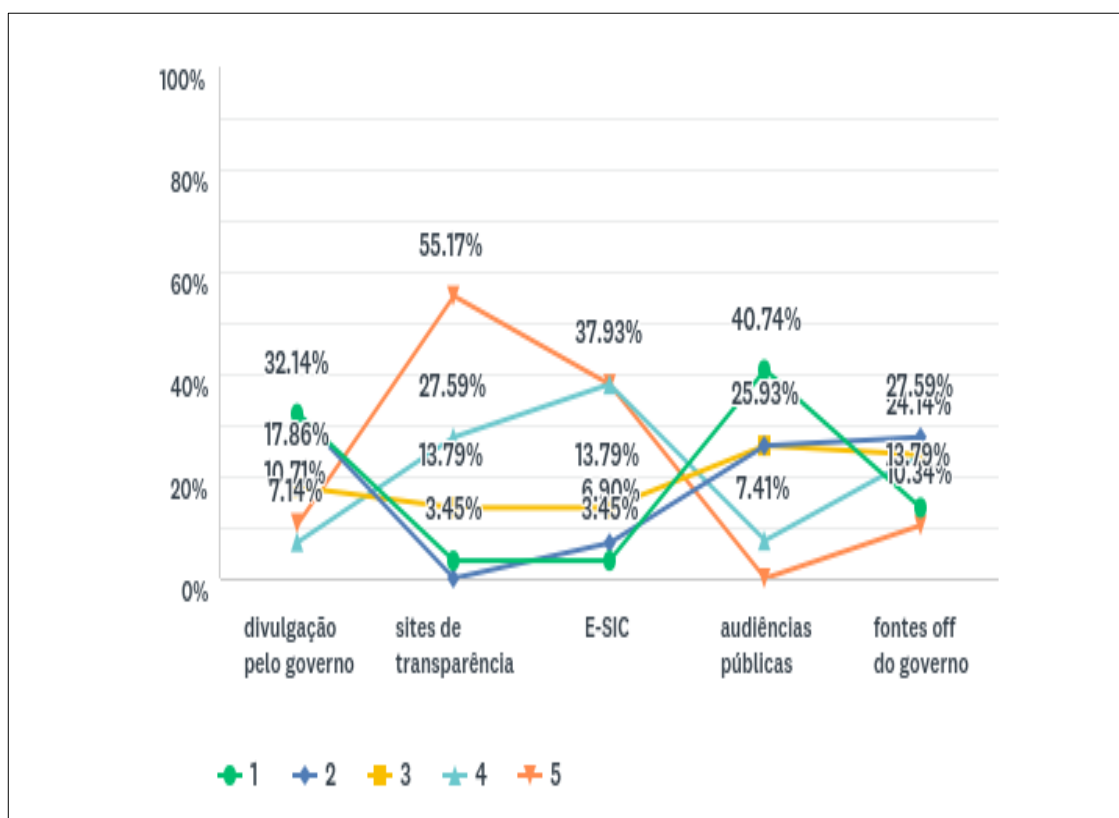
¹⁶ Nuvem de palavras gerada a partir do software Tagcrowd.

A opção de buscar dados por vazamento de informações com fontes em off e documentos por fontes ligadas ao governo atingiu um grau 3 de probabilidade.

Esse resultado aponta que os jornalistas entrevistados valorizam os recursos de transparência passiva e ativa garantidos pela LAI desde 2012, apesar de recorrerem a outras formas de acesso a dados públicos, anteriores ao vigor da lei. Esse é um dos indicativos de que a LAI atribui ao jornalista maior autonomia em relação às fontes políticas ou às assessorias de imprensa. Sabemos que existem órgãos que não atualizam os portais ou assessorias governamentais que dificultam a entrega das informações solicitadas, mas quando existe o acesso e a lei funciona, esse recurso potencializa o jornalismo de interesse público.

Gráfico 2 – Acesso a dados

Q6 Qual o grau de probabilidade do seu acesso a dados públicos abertos se dar através dos canais primários abaixo (Piotrowski, 2007). Marque 1 se a probabilidade for remota e 5 se for muito viável.



Fonte: Elaborado pela autora via surveymonkey.

O Gráfico 2 indica que o acesso aos portais públicos como sites de transparência ou sites governamentais é o canal mais acessado pela rede de jornalistas mapeada (55,17% acessa esse

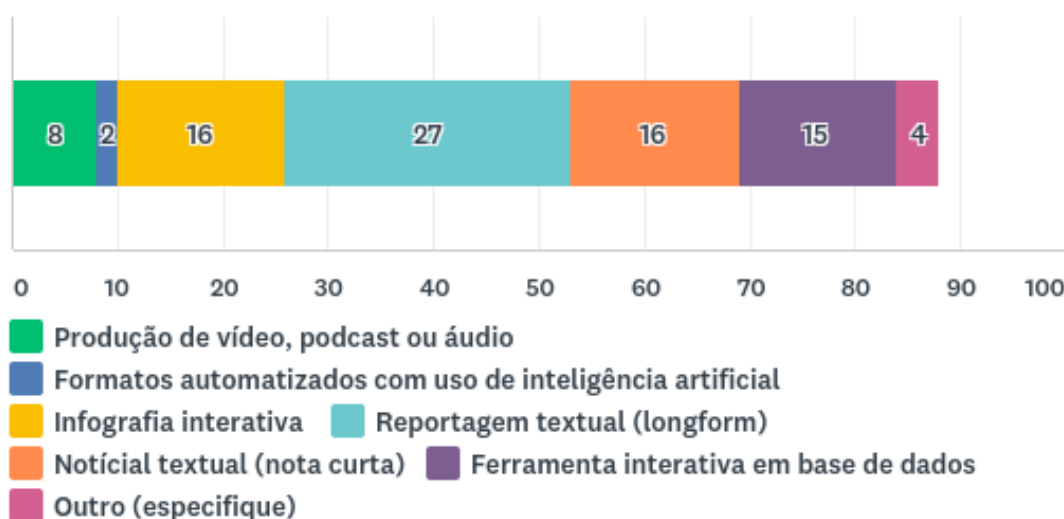
meio prioritariamente), seguido pelo acesso a materiais liberados por meio do serviço de informação ao cidadão e-SIC (37,93% de probabilidade de acesso). Entre os respondentes, ainda existe a prática profissional de receber dados por meio de vazamentos de fontes do governo, uma prática delicada porque envolve disputa de interesse e poder entre atores públicos, o que atribui ainda maior responsabilidade de mediação ao jornalista. Os jornalistas também apontaram divulgação de informações pelo governo como quarto canal de acesso e audiências públicas como último recurso.

6.4.3 Apresentação de dados aos leitores

O outro grupo de perguntas do questionário direciona a análise para as características do formato das modalidades comunicativas com o uso de dados públicos e os constrangimentos apresentados para a prática cotidiana do jornalismo no ambiente online. As questões 4 e 5 abordam os formatos nos quais o jornalista costuma apresentar o trabalho com dados públicos e os formatos nos quais gostaria de apresentar com as opções de resposta: produção de vídeo, podcast ou áudio, formatos automatizados com inteligência artificial, infografia interativa, reportagem textual (*longform*), notícia textual, ferramenta interativa em base de dados e outros.

Gráfico 3 – Formato de apresentação dos dados

Q4 Como você costuma apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos? Marque quantas opções se aplicarem.



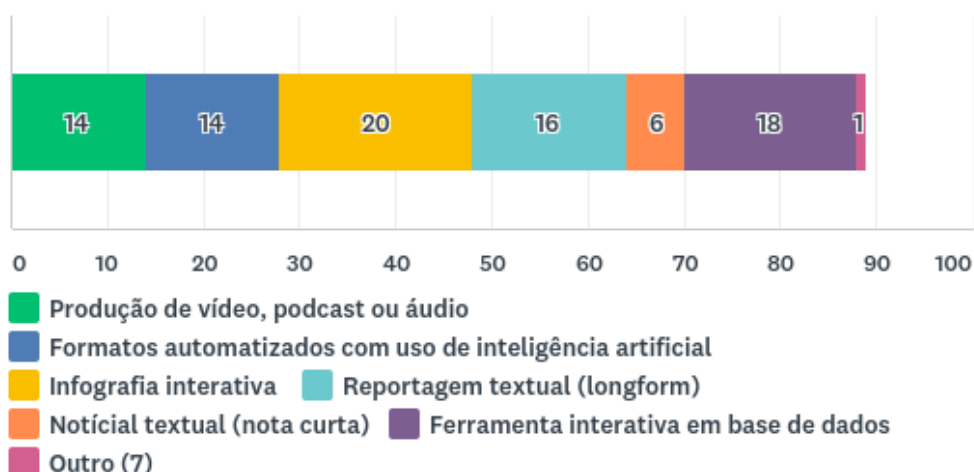
Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme Gráfico 3, entre as opções mais utilizadas para publicação dos trabalhos está a reportagem *longform*, citada por 93% dos respondentes, ou seja, 27 dos 29 entrevistados. Depois ainda se destacam infografia interativa (55%), notícia textual (55%), ferramenta interativa de bases de dados (51%) e multimídia, áudio, vídeo e podcast (27,5%). Ficou com a menor pontuação a alternativa de formatos automatizados de apresentação de dados públicos, indicando o quanto a prática de programação específica de mídia automatizada por jornais é pouco praticada no Brasil. Apenas dois jornalistas afirmaram que adotam formatos automatizados com uso de inteligência artificial para apresentar os seus trabalhos.

Em contrapartida, a questão seguinte demonstra o quanto esses formatos automatizados com inteligência artificial e o desenvolvimento de ferramentas interativas em bases de dados estão entre os desejos de formatação dos jornalistas que trabalham com dados públicos. Os formatos automatizados passam de 2,9%, ou seja, dois respondentes que afirmaram praticar essa modalidade, para 48,28%, ou seja, 14 jornalistas que desejam trabalhar com formatos de inteligência artificial para formatação dos dados públicos, conforme apresenta o Gráfico 4.

Gráfico 4 – Formato desejado de apresentação dos dados

Q5 Como você gostaria de apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos, se pudesse escolher o formato? Marque quantas opções se aplicarem.



Fonte: Elaborado pela autora.

Outro formato bastante almejado pelos jornalistas são os multimídias – vídeo, áudio, podcast – praticados por 27,5% dos entrevistados, apenas oito jornalistas, mas desejados por

48,2% dos jornalistas, ou seja, 14 respondentes. A comparação entre a prática e o desejo de praticar indica uma necessidade de evolução e adaptação das modalidades comunicativas na questão formato de apresentação. A maior parte dos jornalistas apresenta o resultado dos seus trabalhos no padrão (hiper)texto multimídia, ou seja, reportagem e notícia textual, mas deseja apresentar em formatos mais interessantes.

Muitas vezes os jornalistas são pressionados por questões organizacionais e contextuais que os constroem a publicar no menor tempo possível, a tornar a linguagem o mais universal e viável e ainda responder a demandas constantes de leitores e de grupos de interesses que pressionam a pauta de debate público e disseminam informações falsas. Nesse sentido, a questão seguinte aborda como esses jornalistas que produzem modalidades comunicativas com o uso de dados públicos percebem os constrangimentos do meio internet.

6.4.4 Como os jornalistas percebem os constrangimentos do meio

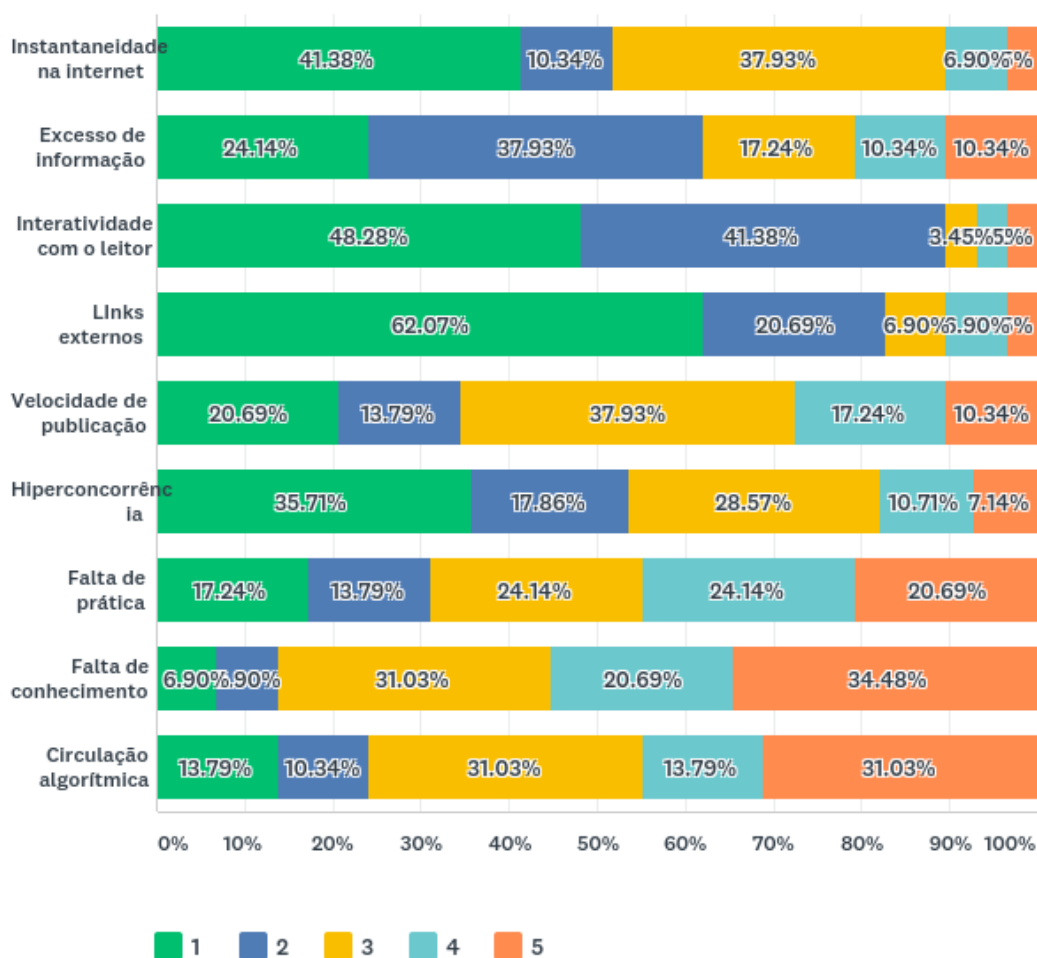
A questão dez elenca nove elementos potencialmente constrangedores para a prática jornalística cotidiana contemporânea: instantaneidade na internet, excesso de informação em circulação, interatividade com o leitor, links que levam o leitor para outros sites, velocidade de publicação, hiperconcorrência entre jornais, falta de preparo para atuar com o ambiente digital, falta de conhecimento sobre manipulação de dados e circulação algorítmica das informações de forma automatizada. **Na cor laranja estão os itens mais constrangedores para o grupo e na cor verde os itens menos constrangedores para o grupo.** Podemos observar pelas respostas à questão (Gráfico 5) que a falta de conhecimento sobre manipulação de dados figura como o item apontado pelos respondentes como o que atribui maior grau de constrangimento para os jornalistas da rede mapeada.

Depois ainda se destacam constrangimentos com velocidade da publicação e instantaneidade e excesso de informações concorrentes em circulação algorítmica. Apesar de o ambiente digital trazer constrangimentos para manter o jornalismo como legítimo mediador do debate público, esse grupo de jornalistas não parece se sentir tão afetado pelos constrangimentos. Tanto que os elementos que ganharam maior peso para o grupo dizem respeito mais a sua formação e preparo para lidar com os dados públicos do que necessariamente fatores externos ao trabalho. Esse pode ser um indicativo de que esse grupo de jornalistas que trabalha com jornalismo de dados não percebe tanto a influência negativa do

meio nas suas rotinas por estarem mais atentos às técnicas de apuração e assim aproveitarem mais as qualidades do que os constrangimentos do ambiente digital.

Gráfico 5 – Constrangimentos

Q10 Entre as características abaixo, quais você considera, de zero a cinco, como elementos constrangedores para a prática jornalística cotidiana. Zero não constrange, cinco constrange muito.



Fonte: Elaborado pela autora.

As questões apontadas pelos respondentes indicam um campo aberto para fortalecimento da área de produção de modalidades comunicativas com o uso de dados públicos. Esses jornalistas se percebem mais atentos à apuração e ao impacto de suas publicações em atores da rede ativada no debate público, do que efetivamente na circulação em

bolha de informação e desinformação. As maiores preocupações dos respondentes são em relação à falta de conhecimento de programação, à circulação algorítmica e ao excesso de informação concorrente. Aqui se estabelece um paradoxo pois ao mesmo tempo em que os jornalistas dependem do ambiente digital para ampliar o alcance do público amplo (maior audiência), o mais relevante para o *ethos* desse grupo profissional é a capacidade de leitura dos dados para impactar atores. O desafiador da pauta e reportagem, portanto, está em circular e ganhar audiência ao mesmo tempo em que provoca o debate público na esfera política. A elaboração dos tipos de modalidades comunicativas e das temáticas preferenciais do grupo de jornalistas, que segue no capítulo seguinte, reforça o senso de que para estes jornalistas mais importante do que a interação com o público leitor é a interação pelo público leitor, ou seja, o impacto nas instâncias de poder em nome da sociedade e da democracia.

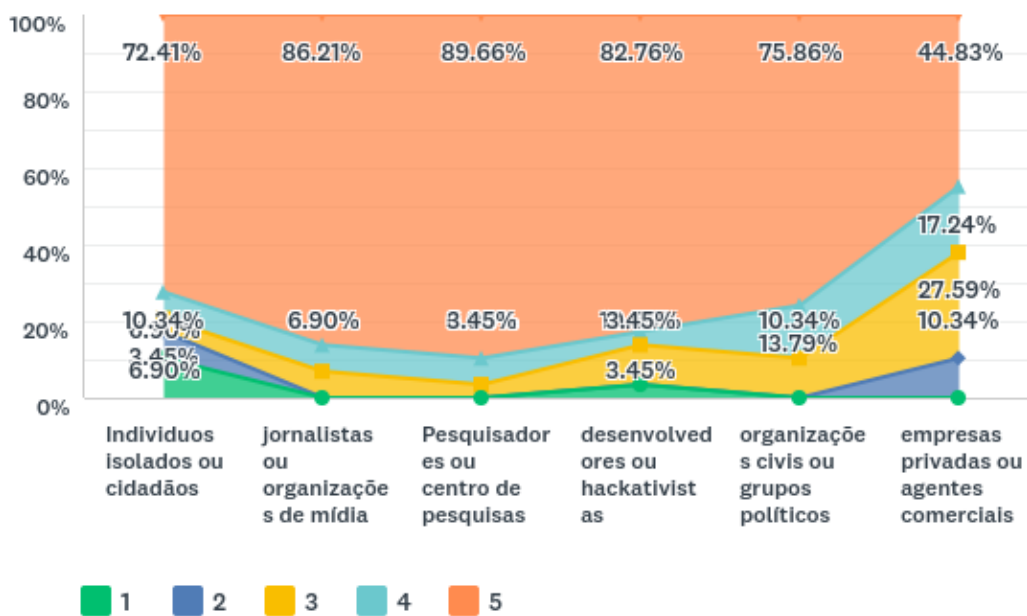
6.4.5 Legitimidade de uso e apropriação de dados

A questão 11 questiona o grau de legitimidade entre os atores sociais em relação à apropriação e ao uso de dados públicos. Os respondentes foram solicitados a marcar 1 para a menor legitimidade e 5 para a maior legitimidade. Os atores citados foram: indivíduos isolados ou grupo de cidadãos, jornalistas ou organizações de mídia, pesquisadores, universidades ou centro de pesquisas, desenvolvedores ou hackativistas independentes, organizações civis ou grupos políticos, empresas privadas ou agentes comerciais. Entre os jornalistas entrevistados a maior legitimidade pertence ao grupo de pesquisadores com 89,66% seguida pelos próprios jornalistas e organizações de mídia, com 86,21% e pelos hackativistas e desenvolvedores, com 82,76% (Gráfico 6).

É importante ressaltar que por lei todos os atores possuem o direito de acesso e apropriação dos dados, mas o direito legal nem sempre está associado à legitimidade. Weber (2017) afirma que a legitimidade é uma estratégia para defender os argumentos e atribuir qualidade aos discursos, porém muito complexa de avaliar. Para a autora, “é preciso mensurar a capacidade de liderança, de representação e de reconhecimento por diferentes instâncias, direta e indiretamente implicadas no debate” (WEBER, 2017, p. 54). Essa estratégia está ainda relacionada à autoridade conferida aos atores para representar uma ideia, ação ou grupo. Ou seja, o entendimento dos jornalistas de que eles e os pesquisadores são os atores mais legítimos é uma percepção de que esses grupos possuem os atributos de autoridades para interpretar os dados públicos e apresentá-los para o debate.

Gráfico 6 – Legitimidade

Q11 Qual o grau de legitimidade entre os atores sociais abaixo em relação à apropriação de dados públicos abertos. Marque 1 para a menor legitimidade e 5 para a maior legitimidade.



Fonte: Elaborado pela autora.

Os atores aos quais são atribuídos os menores graus de legitimidade são as empresas privadas e agentes comerciais (44,83% de grau máximo de legitimidade atribuído pelos respondentes), desta escolha podemos inferir que os jornalistas associam o poder econômico privado como parte interessada diretamente em análise de dados específicos para benefício privado e não em nome do interesse público.

7 AS MODALIDADES COMUNICATIVAS DO JORNALISMO

As características que constituem as modalidades comunicativas do jornalismo ao longo do tempo foram sendo modificadas por fatores tecnológicos, históricos e contextuais que determinaram a forma e o conteúdo da imprensa como evidenciou o embasamento teórico dos capítulos dois e três. A transparência digital foi um desses fatores políticos e contextuais provocados pela tecnologia da internet. Os jornais e os jornalistas no Brasil, desde que as políticas de transparência foram digitalizadas, vêm fazendo uso e se apropriando de dados públicos digitais para abordar temáticas de interesse público. A prática possibilita novas modalidades e também reforça modalidades tradicionais do jornalismo.

A pesquisa pelo método Bola de Neve nos permitiu mapear essa prática de apropriação dos dados públicos ao longo dos anos a partir de indicações de trabalhos dos próprios jornalistas e agrupar as modalidades comunicativas em tipologias de apresentação dos dados públicos pelos jornalistas no ambiente digital. Essa amostra constituída por trabalhos dos próprios respondentes e por trabalhos considerados referência pela rede mapeada será o objeto da análise a seguir, dividida em três etapas. A primeira etapa aborda as modalidades comunicativas por formatos de publicação e suas características, e por meio da análise nos permite elaborar tipologias e agrupá-las por semelhanças. A segunda etapa identifica as tematizações de interesse público mais e menos abordadas pelo grupo e o potencial impacto para a qualidade do debate público. E a terceira etapa revisita os quadros das características centrais e web, elaborados na pesquisa bibliográfica, para compreendê-los à luz das modalidades com o uso de dados públicos digitais.

7.1 TIPOLOGIA

Por meio do questionário online foram aplicadas duas questões abertas para serem preenchidas pelos jornalistas com links ou títulos para trabalhos que os respondentes considerassem relevantes na sua prática e na prática de colegas. Para tanto, cada entrevista foi convidado a indicar de um a três trabalhos seus ou de referência pelo uso de dados. Ao todo, o grupo de 29 respondentes indicou 123 trabalhos, sendo que três respondentes optaram por não preencher as indicações de trabalhos.

A planilha de decodificação das respostas foi organizada nos seguintes itens: respondente, título, tipo, formato, tema, subtema, link, veículo, fonte, não se aplica (NA). Cada

modalidade comunicativa foi avaliada a partir destes enquadramentos. Entre os 123 estão 23 links que não se aplicam à análise por não se enquadrarem em modalidades comunicativas com uso de dados públicos digitais, alguns são links de portais de transparência, de blogs independentes, de sites de redes sociais. Na divisão entre os formatos indicados estão citadas 62 notícias (hiper)textuais, 15 ferramentas interativas, 11 infografias interativas e 12 *longforms*.

7.1.1 Tipos de modalidades comunicativas

Os formatos são o ponto de partida para a análise das modalidades comunicativas e suas características. A partir das indicações dos respondentes criamos uma planilha em Excel com os trabalhos desenvolvidos pelos jornalistas e os trabalhos daqueles que eles adotam como referência no campo. Também consideramos os trabalhos indicados que não serão incluídos na amostragem, seja por não estarem mais disponíveis online ou por não possuírem elementos capazes de agrupamento, conforme apresentado na Figura 7 a seguir.

Figura 7 – Decodificação das modalidades

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Respondente	Título	Tipo	Formato	Tema	Subtema	Excluído	link	Veículo	Fonte	NA
2	R4						Atlas do Jornalismo	https://www.atlas.jor.br/	NA		
6	R4	Inadimplência do Fies dobra desde 2014, e 41% não pagam as parcelas há mais de três meses	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://g1.globo.com/educacao/noticia/inadimplencia-do-fies-dobra-desde-2014-e-41-nao-pagam-as-parcelas-ha-mais-de-tres-meses.ghtml	O Globo	MEC Fies	
12	R1	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	O Globo	FAB	
19	SB	Análise dos números da violência no Brasil	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Segurança pública		https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/	O Globo	secretarias estaduais de segurança e bases de dados própria	
20	R5	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	O Globo	FAB	
23	R5	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	O Globo	FAB	
77	R9	Lei de acesso desrespeitada por órgãos do governo	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://oglobo.globo.com/brasil/lei-de-acesso-desrespeitada-por-orgaos-do-governo-16110382	O Globo	LAI	
78	R9	Planalto ignorou sugestão e mudou indulto de Natal de 2017	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://oglobo.globo.com/brasil/planalto-ignorou-sugestao-mudou-indulto-de-natal-de-2017-23320328	O Globo	LAI - Documentos do Ministério da Justiça , obtidos pelo GLOBO com base na Lei de Acesso à Informação, indicam que o decreto de indulto de 2017 foi alterado no Palácio do Planalto para permitir que presos condenados por corrupção pudessem ser libertados. LAI - O memorando de Costa enviado à Subsecretaria-Geral	

Fonte: Elaborado pela autora com base no questionário Bola de Neve (Apêndice 1)

Com base na interpretação e leitura das informações decodificadas, pudemos agrupar os trabalhos por semelhança em formatos e características. Elaboramos quatro tipos de modalidades comunicativas com uso de dados públicos: a estática, a interativa, a multimídia e a personalizada.

7.1.1.1 Modalidade comunicativa estática

A modalidade comunicativa estática se caracteriza pelo predomínio textual na apresentação dos dados públicos, com priorização da linguagem de acesso universal e a ênfase ao recurso de memória para contextualização e linearidade na narrativa, com pouco ou nenhum hiperlink nem elemento multimídia. As características centrais do jornal identificadas nessas modalidades são a universalidade – linguagem acessível – a publicidade – publicação em jornais de grande circulação – a atualidade – temas vinculados a assuntos cotidianos da época. Das características webjornalísticas se destaca a memória, considerando que boa parte da amostra foi resgatada em acervos de jornais na internet. As reportagens, na sua maioria, são textuais com gráficos estáticos, relatos mais extensos, cadernos temáticos ou listas de notícias para assinantes da versão paga do jornal digital na internet.

Neste conjunto de formatos se encaixam os trabalhos que foram prioritariamente apresentados em veículo jornal impresso ou jornal digital ou em lista de notícias textuais de origem de jornal impresso. Este conjunto de modalidades inclui trabalhos da década de 1990 antes mesmo da aprovação das leis de transparência no Brasil, indicando a prática de jornalismo com o uso de dados públicos em reportagens assistidas por computador (RAC). Os jornalistas indicaram três diferentes trabalhos que se enquadram nesta tipologia, sendo que o especial Eleições SA foi citado duas vezes. Ao todo foram quatro trabalhos nesta modalidade.

Figura 8 – Modalidade Estática 1: “Os homens de bens da Alerj” (O Globo) ganha prêmio Esso

A História do jornal O GLOBO desde a sua fundação

Busca OK

ACERVO | BIOGRAFIA ROBERTO MARINHO

MEMÓRIA O que é Memória | Fale Conosco

CAPA | LINHA DO TEMPO | JORNALISMO ▾ | PERFIS E DEPOIMENTOS | INSTITUCIONAL ▾ | FOTOS | ERROS E ACUSAÇÕES FALSAS | HUMOR | VÍDEOS

PRÊMIOS JORNALÍSTICOS

20 DE JUNHO DE 2004

Os homens de bens da Alerj

Prêmio Esso de Jornalismo de 2004 e Prêmio Rey de Espanha de 2005

EDITADO POR CESAR TARTAGLIA

Em lugar da criação de leis, um balcão de negócios. Foi essa a evidência captada na série de reportagens “Os homens de bens da Alerj”, na qual O GLOBO mostrou uma aberração funcional: a incrível variação patrimonial de deputados do Estado do Rio a partir do exercício dos mandatos que lhes haviam sido dados pelas urnas.

A série, coordenada pela editora-assistente Angelina Nunes, mobilizou uma grande equipe da editoria Rio num trabalho de investigação minuciosa, que consumiu quatro meses de levantamentos, mostrando o fulgurante enriquecimento de 113 políticos fluminenses — dos quais 27 aumentaram o patrimônio em mais de 100% entre 1996 e 2001.

Com base nas declarações de renda entregues ao TRE, constatou-se que houve casos de parlamentares cuja renda cresceu mais de 1.500%. A série, publicada a partir de 20 de junho de 2004, ganhou naquele ano o Prêmio Esso de Jornalismo e, em 2005, o Prêmio Internacional de Jornalismo Rey de Espanha.

Páginas

Página 1 - Edição de 20 de Junho de 2004

AMPLIAR

Fonte: Captura de tela do site do jornal O Globo (2019).

A modalidade comunicativa estática “*Os homens de bens da Alerj*” (Modalidade estática 1) foi publicada em junho de 2004 e ganhou o prêmio Esso de jornalismo no mesmo ano. A reportagem fez um levantamento dos bens declarados ao Tribunal Regional Eleitoral pelos deputados da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro e constatou casos de enriquecimento de 113 parlamentares, sendo que 27 aumentaram o patrimônio em 100% em cinco anos, com um caso de crescimento de 1.500%. A equipe de jornalismo investigou a base de dados por deputado e apresentou em uma página padrão standard vertical em texto e ilustração com foto do prédio da Assembleia no impresso e versão digital. A edição não utilizou o recurso de infografia para ilustrar os dados, conforme apresenta a Figura 9, abaixo.

Figura 9 - Modalidade estática 1: "Os homens de bens da Alerj" no jornal impresso (O Globo)

22 O GLOBO Domingo, 20 de junho de 2004

RIO

World Leaders 7-100 2003

BASTIDORES DO PODER

"Não podemos ter medo de esconder. Todos aqueles que ingressam no lado público, ou pretendem ingressar, devem ter isso em mente"

MARCO GAZEL • REPÓRTER DO TEMPO, RIO DE JANEIRO

Foto: J. G. S. / Contraste



Os deputados apostaram em atividades empresariais que deram certo: desde compra e venda de imóveis, comércio de gado e criação de cavalos de raça, deputados multiplicaram os seus bens.

Os homens de bens da Alerj

Apesar da crise, 27 deputados tiveram aumento de mais de 100% no patrimônio em 6 anos

Um levantamento inédito revela que 27 deputados do Rio aumentaram em mais de 100% seu patrimônio, de 1998 a 2001. A análise mostra que quase 80% dos parlamentares, que compareceram ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE) para renovar suas declarações de renda no período, tiveram algum crescimento nos bens, provando que, além de bons de voto, muitos são empresários bem-sucedidos. Desnorte deputados — declarando ou não atividades empresariais — conseguiram a façanha de superar todos os outros investimentos do mercado no mesmo período. O levantamento faz parte de uma série de reportagens, iniciada hoje no GLOBO, que revela que a crise econômica dos últimos anos passou longe do principal endereço político do Rio: o Palácio Tiradentes, sede da Assembleia Legislativa.

A pesquisa partiu de uma base de dados públicos fornecidos oficialmente pelo TRE, que recebeu dos próprios deputados documentos oficiais da Receita Federal ou declarações por escrito de seus bens. A análise compreendeu 20 dos 113 deputados que ocuparam uma cadeira no Legislativo no período. Dezessete (candidatos apenas uma vez) só tiveram uma declaração arquivada, nove afirmaram não ter patrimônio e outros quatro não atribuíram valores aos bens declarados.

No período analisado com a ajuda de especialistas econômicos, um seleto grupo de oito deputados atingiu a casa do milhão de reais. E mais três tiveram um aumento percentual no patrimônio superior a 1.000%. Líder do PMDB e um dos homens mais influentes do parlamento fluminense, o deputado Paulo Melo diz que o ingresso na política pesou a seu favor.

— O fato de ser usuário lhe dá credibilidade. O cara tem confiança em você. Ser deputado virou uma profissão. É como se fosse título nobre, dá prestígio. Tenho consciência de

que sou um bom deputado. Mas não sou um empresário bem-sucedido. Os deputados apostaram em atividades empresariais que deram certo: desde criação de gado e venda de imóveis em Saquarema até comércio de gado melhorado geneticamente, passando pela criação de cavalos de raça.

Da venda de imóveis a sêmen de boi

• O presidente da Alerj, Jorge Piccini (PMDB), por exemplo, faturou num único dia, no ano passado, R\$ 938 mil com a venda de embarções e sêmen bovino ao hotel Ópera & Bilará, no Copacabana Palace.

— As rendas principais do deputado Piccini não guardam relação com sua atividade política. Ele é um empresário de sucesso na área de agropecuária — disse o advogado Sérgio

Mazzilo que, na sexta-feira passada, apresentou documentos sobre o crescimento patrimonial de seu cliente.

Entre 1998 e 2001, período compreendido pelo levantamento, o Brasil atravessou crises financeiras. Segundo o IBGE, a renda média do trabalhador caiu 8,7%. Os 2% mais ricos tiveram queda ainda maior: 49%. O Produto Interno Bruto (PIB) teve um crescimento ínfimo, pouco mais de 10%, devido ao fraco desempenho do setor produtivo, área onde os deputados alguns ter ganhado dinheiro.

O setor da economia que conseguiu os maiores resultados foi a área financeira. Quem investiu nos CDs, que são remunerados com base nos juros do governo, teve ganhos de 175%. O valor das ações da Petrobras, consideradas um dos melhores negócios do período, cresceu 218%. Desse setor parlamentar, de acordo com o levantamento, conseguiram rentabilidade superior a todos esses investimentos.

Marco Gazel, consultor de uma empresa de São Paulo, afirma que um investimento é considerado bom quando consegue render de 10% a 12% acima da inflação. Segundo ele, a partir desse patamar, os negócios são de grande risco, como no mercado de ações, ou procedimento ilegal.

— Acontece de uma ação crescer 500% num curto período, por exemplo. Geralmente, ninguém coloca tudo numa ação só, porque o risco de perder tudo também é muito grande. Normalmente, ganho real de 15% já é um excelente negócio — disse Gazel.

A série de reportagens mostrará, ao longo desta semana, que há casos de deputados que afirmam não ter bens, mas desfrutam de alto padrão de vida. Também mostrará que há políticos que usam o poder financeiro em práticas clientelistas e que citaram míseras de campanha com custos sociais e frutas de veículos.

Um tempo em que político andava de bonde

• Nos tempos do Império, os políticos já eram ricos quando chegavam ao poder e não recebiam salários. A legislação do século 19 exigia que deputados e senadores tivessem rendas mínimas de 800 mil réis e 800 mil réis anuais, respectivamente. Também os eleitores deviam ter uma renda anual de 200 mil réis — apenas 1% da população.

— O que eles queriam era ter acesso ao poder — conta a historiadora Marly Silva da Motta, do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas.

A Proclamação da República, em 15 de novembro de 1889, abriu o caminho para a adoção de novos critérios para a seleção dos deputados. Ainda não votavam mulheres, analfabetos, mendigos e soldados alistados. Na época, os parlamentares começaram a receber salários.

— Mas não havia tantas mordomias como hoje. Os políticos seguíam para o trabalho de bonde — acrescenta a historiadora Milton Tebeteira.

A origem da Alerj é a Assembleia Legislativa da Guanabara, criada em 1960 com a transferência da capital para Brasília. Nos primeiros anos, tinha apenas 21 deputados. Além do Palácio Tiradentes, já funcionou no Palácio Pedro Ernesto, atual sede da Câmara de Vereadores do Rio.

Lei garante acesso a declarações de renda

No momento em que se candidatam, políticos perdem direito ao sigilo

• Obrigados pela lei eleitoral a entregar à Justiça as declarações de renda e bens no ato do registro das candidaturas, os políticos perdem o direito ao sigilo fiscal garantido aos demais contribuintes. A afirmação é do presidente do Tribunal Regional Eleitoral, Marcus Faver. Segundo ele, a documentação torna-se pública e pode ser consultada por qualquer eleitor, principalmente a que contém os ganhos na vida privada.

— Todos os anos, entrego uma cópia da minha declaração de renda ao tribunal. Não podemos ter nada a esconder. Todos aqueles que ingressam na vida pública devem ter isso em mente — diz Faver.

Segundo ele, o candidato deve estar consciente de que sua vida vai estar exposta e de que a declaração deve ser fiel à realidade. Além das declarações de bens, os políticos são obrigados a fornecer a prescrição de contas da campanha.

Sérgio Mazzilo, advogado do presidente da Alerj, deputado Jorge Piccini (PMDB), afirma que é contra a divulgação das declarações.

— Não consideramos uma violação da privacidade dele (de Piccini), da imagem e do nome dele. Nós vamos reagir como de costume (processo judicial).

O presidente do TSE, ministro Nelson Jobim, em declaração publicada pelo site "Contraste público", deferido a divulgação das declarações: "No momento em que o cidadão, via seu respectivo partido, resolve disputar um cargo público, não há mais privacidade sobre seus bens. O cidadão já ao exigir a apresentação da declaração de bens do candidato é dar transparência e visibilidade a essa informação".

Um dos deputados incluídos no levantamento do GLOBO, Edler Dantas (PTL) defende a divulgação.

— Desde 1982, exercei cargos públicos e sempre fiz questão de manter abertas as informações sobre a variação do meu patrimônio.

Outro trabalho da modalidade comunicativa estática foi publicado em 1995 pelo jornal Folha de S. Paulo (Figura 10) em um caderno especial intitulado “Eleições S.A”. A reportagem fez um levantamento nos computadores do Tribunal Superior Eleitoral e acessou dados do financiamento das campanhas de 1994 aos executivos e legislativos de 13 dos 27 Estados brasileiros. Diz o texto de abertura “É a primeira vez na história política do Brasil em que se expõe o mapa das doações eleitorais” (NETO et al., 8 out. 1995, p. 1).

As doações de empresários às campanhas políticas passaram a ser declaradas e acessíveis publicamente depois do *Collorgate*, em 1992, que resultou na prisão do tesoureiro da campanha, PC Farias, e na instalação do processo de impeachment e renúncia do então presidente Fernando Collor de Melo. Ainda assim, a reportagem aponta que as campanhas à Presidência não tiveram a contabilidade declarada e especialistas entrevistados afirmam que os dados conhecidos pela reportagem eram apenas uma amostra das despesas porque a maior parte utiliza “caixa 2”.

Figura 10 – Modalidade Estática 2: Eleição S/A (Folha de S. Paulo)

eleição s/a

FOLHA DE SPÁULU Domingo, 8 de outubro de 1995 Especial I

Folha revela como empreiteiras e bancos financiam o jogo eleitoral

OS MAIORES FINANCIADORES EM 13 ESTADOS

Campanha para a Presidência da República, governadores, deputados estaduais e federais e senadores

1	Construtora Andrade Gutierrez	RS	3.992.116
2	Grupo Odebrecht	RS	3.061.741
3	Bradesco	RS	2.805.151
4	Itaú	RS	2.482.048
5	Comergo Correia	RS	2.433.307
6	CMS	RS	2.121.234
7	Grupo Coprecor	RS	1.978.881
8	Grupo Votorantim	RS	1.525.544
9	Banco Bradesco	RS	1.246.729
10	World Participações Ltda.	RS	1.223.945
11	Mendes Junior	RS	1.199.149
12	Klebin	RS	1.181.254
13	Via Engenharia	RS	944.118
14	Copasa	RS	757.883
15	Unibanco	RS	434.749
16	Grupo Gerda	RS	408.000
17	Cia. Saneamento de Papai e Celsoia	RS	
18	Banco Rural	RS	
19	Banco Mercantil de Descontos	RS	
20	Construtora Covax	RS	

QUANTO FOI GASTO EM CADA ESTADO

Em R\$ milhões

1,6	Acre
2,3	Pernambuco
5,3	Maranhão
2,3	Piauí
2,8	Paraná
11,8	Roraima
17,2	Santa Catarina
2,3	São Paulo
26,4	São Paulo
8,6	Paraná
2,5	Paraná
6,7	R. G. do Sul

Preço real do voto ainda é um mistério

Da Secorrel de Brasília

Um ano depois das eleições, o TSE ainda não tem condições de dizer se as empresas que doaram dinheiro para a campanha fizeram um bom negócio.

Os partidos apresentaram ao tribunal dados oficiais, que diferiram a fiscalização. A principal dúvida é quanto ao limite de doações. Em 1994, havia dois limites: uma empresa podia doar o equivalente a 300 mil Ufirs ou 25% do seu rendimento líquido.

Pelo menos 127 empresas ultrapassaram o limite de 300 mil Ufirs, equivalentes hoje a R\$ 238.560. O problema é que a Justiça Eleitoral não sabe o faturamento exato das firmas.

O TSE solicitou informações à Receita Federal. Não obteve resposta até o momento. Um dos artifícios usados pelas grandes empresas foi a pulverização das doações entre organizações subsidiárias, com CNJs diferentes.

No processo de seleção dos candidatos que receberam doações, as empresas seguiram uma lógica predominantemente sua: apostaram em grandes partidos no Congresso e os candidatos favoreceram nas eleições para os próximos estaduais.

Assim, as duas maiores legendas no Congresso, PMDB e PFL, foram as que mais receberam doações de empresas e bancos, os principais financiadores das eleições.

O PSDB também tem papel destacado nas prestações de contas enviadas à Justiça Eleitoral. As campanhas vencedoras São Paulo e Minas Gerais foram as preferidas pelas empresas.

A lógica do eleitor é diferente. Nem sempre o candidato que recebe mais dinheiro dos financiadores consegue um bom desempenho nas urnas. A porcentagem de votos apresentados pelos candidatos ao TSE aponta uma grande disparidade no preço do voto no Brasil.

O voto mais caro concentrado na pesquisa foi o do deputado Luiz Roberto Ponte (PMDB-RS), representante no Congresso da indústria da construção civil. Cada voto custou 27,4 mil votos reais, em média, R\$ 14,80.

O deputado não põe sua mão no bolso pela fidelidade de sua própria prestação de contas. "Não posso jurar que não tenha em minhas campanhas alguma contribuição em nome de empresa", afirma o deputado.

Eleito suplente, Ponte só conseguiu ocupar uma vaga na Câmara porque o deputado Odacir Klein (PMDB-RS) foi indicado para o Ministério dos Transportes pelo presidente Fernando Henrique Cardoso.

O voto mais barato, segundo o TSE, foi do deputado Domingos Dutra (PT-MA), financiado exclusivamente por doações de pessoas físicas. Recorreu apenas R\$ 1.054 e obteve 46,6 mil votos. Cada voto valeu por R\$ 0,02.

A contabilidade de Dutra é tão baixa que também ele lança dúvidas sobre os dados apresentados nos computadores do tribunal. Diz ter gasto pelo menos R\$ 17 mil. Nesse caso, o voto mais barato valeu por R\$ 0,001.

Em 1994, o deputado Carlos Mendonça (PMDB-SC) recebeu R\$ 21.960,00, obteve 682.252 votos, ao custo de R\$ 0,03 a unidade.

O mapa do financiamento de campanhas demonstra que as pessoas físicas, que não se arrisgam, são as que mais doam. O mapa do financiamento de campanhas demonstra que as pessoas físicas, que não se arrisgam, são as que mais doam. O mapa do financiamento de campanhas demonstra que as pessoas físicas, que não se arrisgam, são as que mais doam.

"Tenho de fazer campanha e do meu bolso não tem condições", afirma o líder do governo na Câmara, Luiz Carlos Santos (PMDB-SP), o parlamentar que mais recebeu recursos de empresas e que também aparece na lista de "beneficiários" dos banqueiros.

No ranking dos parlamentares mais ricos, aparecem os deputados estaduais, deputados federais e senadores. O ranking dos parlamentares mais ricos, aparecem os deputados estaduais, deputados federais e senadores.

Os dados sobre a campanha em 13 Estados mostram 12 deputados. A Folha obteve o levantamento no último dia 22 de setembro. A análise considerou duas semanas. Nos primeiros sete dias, retiraram-se os dados dos diários, impedindo-se de mais de 2.000 páginas com informações sobre 322 deputados (82,7% da Câmara), 25 senadores (88,1% dos 54 eleitos no ano passado) e governadores. A busca que ocorreu às informações do TSE é "Cris".

Simultaneamente, a reportagem da Folha busca informações sobre empresas dos parlamentares ao Orçamento da União nos últimos dois anos.

O objetivo dessa etapa foi verificar se os responsáveis pelo financiamento das campanhas eleitorais dos vitoriosos foram favorecidos por empresas que lucraram com os recursos para suas obras.

Verificou-se a apresentação de emendas para as empresas, baseadas em informações junto ao DNOR (Departamento Nacional de Obras e Rodagens) e ao SIAFI (Sistema Integrado de Administração Financeira).

Constatou-se que as construções que mais receberam recursos foram as que mais receberam pagamentos do governo federal até setembro deste ano.

Foram pesquisados também projetos de lei e transcrições de discursos de parlamentares em defesa de interesses das firmas que os patrocinaram em 94.

Houve situação especial com a atuação dos parlamentares financiados por indústrias. Foram levantados os temas de maior interesse do sistema financeiro em transição ao Congresso.

Os ministros do Banco Licença — os mais conhecidos entre os envolvidos no TSE, a ponto de constatarem doações em circulação quando o mal já era a moda nacional — revelaram uma rede de doações aos parlamentares bancários, principalmente do PFL.

Os ministros envolvidos, sob a batuta do senador Antônio Carlos Magalhães, apresentaram o governo e vieram e integram-se ao banco. (Gilberto Cruz Neto, Lucio Vaz e Maria Salomoni)

5

A iniciativa privada foi responsável pelo financiamento de 49,07% das campanhas dos candidatos ao Congresso Nacional dos partidos de esquerda. PÁG.

6

A campanha de Eduardo Azeredo (PSDB) ao governo de Minas Gerais consumiu 25% do total de recursos gastos pelos eleitos para comandar 13 Estados. PÁG.

8

A obrigatoriedade do bônus eleitoral não impediu que empresas montassem esquemas para dar dinheiro aos candidatos por intermédio do "caixa dois". PÁG.

Também estão nesta categoria de modalidades comunicativas estáticas as publicações acessíveis em listas de reprodução de notícias do impresso no digital. Esse é um modelo de transposição de conteúdo de um meio analógico para o meio digital sem adaptar às características do novo meio. É o caso da reportagem “Deputados empregam 315 parentes” publicada em 17 de outubro de 1999 no site do jornal Folha de S. Paulo e de autoria do jornalista Lucio Vaz. No texto, a Folha de S. Paulo explica que a reportagem teve acesso, por meio de dados oficiais extraídos dos computadores do legislativo, à lista dos funcionários dos gabinetes dos deputados no Departamento de Pessoal da Câmara dos Deputados. A relação indicava a data de contratação e o salário de parentes de todos os deputados constatando que 186, ou seja, 36% do total, contratavam familiares (mulheres, filhos, irmãos, pais, cunhados e primos).

A proibição do nepotismo no serviço público vinculada ao princípio da moralidade da administração pública foi explicitada primeiro pela Súmula Vinculante 13 aprovada em 21 de agosto de 2008 em sessão do Supremo Tribunal Federal. Mais tarde, o nepotismo seria regulamentado e vedado pelo decreto nº 7.203 de 4 de junho de 2010. No ano de 1999, o nepotismo não era regulamentado, apenas regido pela moralidade e impessoalidade como princípios dos atos da administração pública pela lei estatutária nº 8.112 de 1990. Portanto, o nepotismo na época da reportagem da Folha de S. Paulo era tema de debate público que posteriormente viria a provocar a redação da Súmula Vinculante 13 e do decreto nº 7.203.

Figura 11 – Modalidade Estática 3: “Deputados empregam 315 parentes” (Folha de S. Paulo)

São Paulo, Domingo, 17 de Outubro de 1999 **FOLHA DE S. PAULO** **brasil**

[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

NEPOTISMO
Levantamento mostra que 186 parlamentares aderem à prática; gasto é de R\$ 9,6 milhões por ano
Deputados empregam 315 parentes

LUCIO VAZ
da Sucursal de Brasília

Levantamento inédito feito pela Folha na Câmara revela que 186 deputados (36% do total), entre eles líderes partidários e membros da Mesa Diretora, contrataram um total de 315 parentes para seus gabinetes. Esses familiares custam R\$ 9,6 milhões por ano aos cofres públicos.

A contratação de mulheres, filhos, irmãos, pais, cunhados, sobrinhos e primos é justificada por alguns deputados pela necessidade de reforçar o orçamento doméstico, "quebrar o galho" de parentes desempregados ou garantir "bolsas de estudos" dos filhos.

A contratação de parentes não é ilegal. Está sendo discutida na Câmara dos Deputados, no âmbito da reforma do Judiciário, a proibição da nomeação de cônjuges e familiares para cargos de confiança nos três Poderes.

A Folha teve acesso à relação dos funcionários dos gabinetes registrada no Departamento de Pessoal da Câmara, com a data de contratação e o salário de cada um. É o primeiro levantamento feito a partir de dados oficiais, retirados dos computadores da Câmara dos Deputados.

A folha de pagamento dos gabinetes dos deputados no mês de setembro foi de R\$ 10 milhões. Cada deputado tem uma verba de R\$ 20 mil para contratar servidores. Em geral, os parlamentares que aderem ao nepotismo reservam os melhores salários dos gabinetes para seus parentes.

Enquanto a média salarial dos 7.427 servidores dos gabinetes é de R\$ 1.358 por mês, a dos parentes é de R\$ 2.344. Apenas 7% dos servidores comuns recebem o salário máximo (R\$ 4.000). Entre os 315 parentes, esse percentual chega a 27%.

"Mateus, Mateus"
O deputado Themístocles Sampaio (PMDB-PI), que contratou três filhos e um neto, tem uma explicação que sintetiza o sentimento de muitos parlamentares: "Eles estavam desempregados. E está escrito na Bíblia: Mateus, Mateus, primeiro os teus".

O partido campeão de nepotismo é o PFL, cujos deputados empregam 95 parentes, distribuídos em 51 gabinetes. Só o deputado Raimundo Santos (PA) emprega sete parentes. Eles consomem R\$ 12,9 mil da verba de gabinete.

Fonte: Captura de tela do site do jornal Folha de S. Paulo (VAZ, 17 out. 1999).

Os exemplos utilizados para ilustrar a modalidade estática datam dos anos 1995, 1999 e 2004, mas não significa que hoje não haja a prática desta modalidade. Evidenciamos que, na

amostra dessa pesquisa, os exemplos mais atuais se encaixam em outras modalidades. É interessante destacar, a partir da leitura destas reportagens, que a pesquisa dos dados foi feita pelos repórteres nos computadores dos próprios órgãos públicos, autorizada e com suporte dos órgãos de assessoramento. Na primeira década de internet no Brasil, a transmissão e o acesso aos dados públicos pelos jornalistas se mostravam mais restritos e mediados pelo próprio poder público. Como vimos no capítulo quatro, as políticas de transparência para regulamentar o direito de acesso à informação no Brasil foram implementadas com mais ênfase na segunda década da internet no país.

7.1.1.2 Modalidade comunicativa interativa

A modalidade comunicativa interativa está caracterizada pelo uso de gráficos dinâmicos com recursos de apresentação visual dos dados públicos com predomínio de funcionalidades interativas. As características essenciais do jornal identificadas nesta modalidade são a universalidade como linguagem acessível; a publicidade, publicação em sites abertos ou em sites fechados com uma grande carteira de assinantes, a atualidade, temas vinculados a assuntos cotidianos da época. A periodicidade não se aplica exatamente a esta modalidade porque é uma característica do jornal como um todo e não especificamente de uma modalidade, ainda que possam haver modalidades comunicativas nas quais a periodicidade se aplique diretamente. Das características webjornalísticas se destacam a interatividade, a hipertextualidade e memória, considerando que boa parte da amostra indicada pelos jornalistas se constitui em infográficos interativos online.

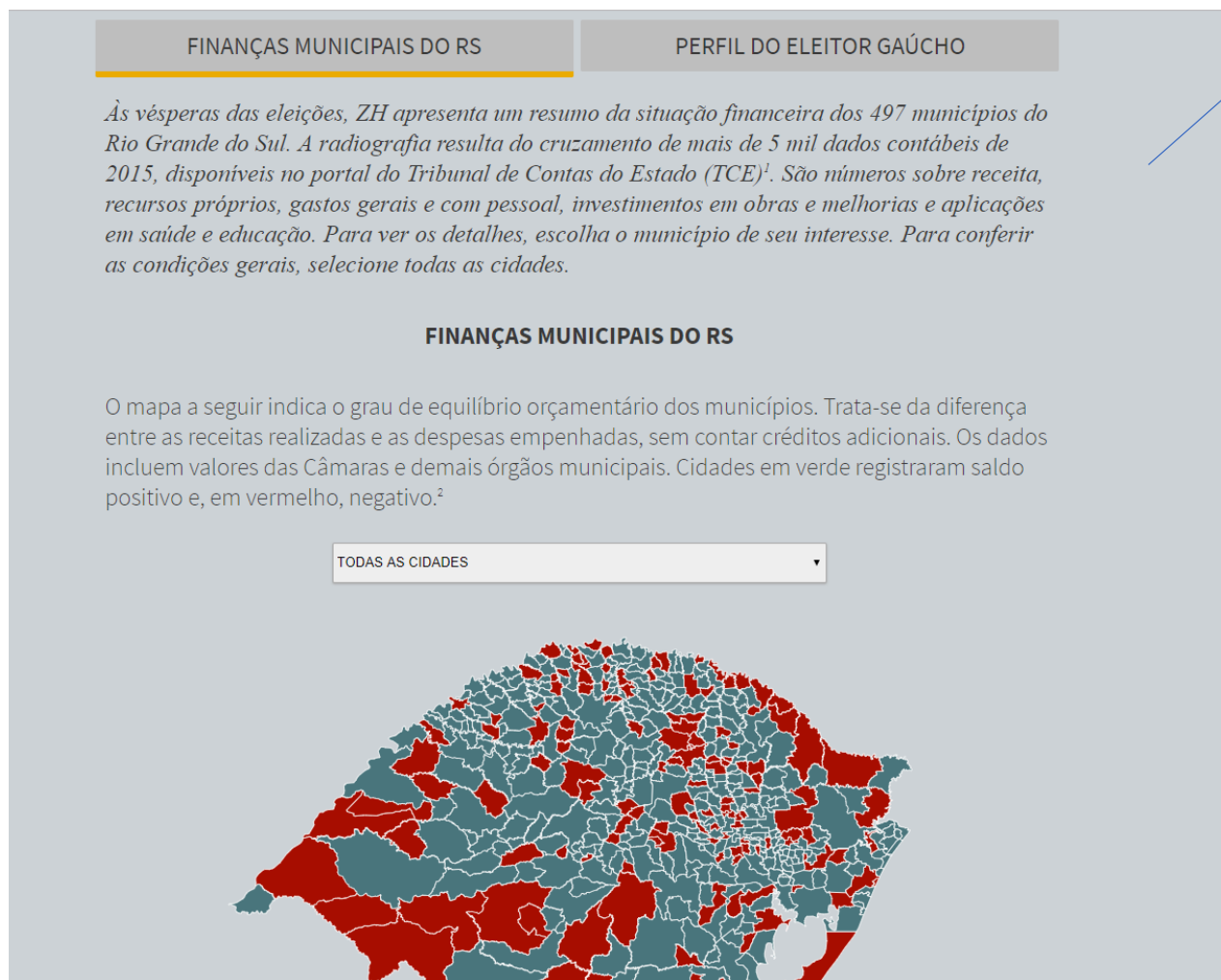
Neste conjunto de formatos se encaixam os trabalhos que foram prioritariamente apresentados em webjornais com características predominantes de interação e interatividade. Identificamos nove citações nesta categoria, sendo uma repetida, “Raio X das finanças do RS: como Rigotto, Yeda e Tarso administraram as contas” (BUBLITZ, 28 set. 2018, documento eletrônico). Os formatos para este tipo de modalidade são infográficos interativos, quizzes, enquetes. A interatividade também pode figurar como característica presente em outras modalidades, mas nesta categoria a interação seja seletiva, seja comunicativa, é característica predominante. Este conjunto de trabalhos inclui publicações a partir dos anos de 1995, sendo que a maior parte dos indicados para este estudo foi datada a partir de meados de anos 2000 quando as ferramentas digitais e softwares permitiram ao jornalista novas possibilidades de manipulação e visualização das informações.

Um dos exemplos citados como referência na visualização de dados públicos foi um especial do jornal O Estado de S. Paulo sobre as desigualdades de gênero e raça no Enem. O infográfico interativo, publicado em 14 de janeiro de 2018, com o título “Homens têm 72% das mil melhores notas do Enem” (CAFARDO; TOLEDO, 14 jan. 2018, documento eletrônico) é baseado na navegação vertical (funcionalidade de *scroll down*) como acionador da interação com o conteúdo do gráfico dinâmico. Os dados públicos utilizados indicam como fonte a base do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, o Inep, uma autarquia vinculada ao Ministério da Educação. A reportagem foi construída em cima de dados do exame de 2016. Além do gráfico interativo, o trabalho acompanha gráficos estáticos e texto, conforme apresenta a Figura 12.

A reportagem realiza uma leitura dos dados e traz uma apresentação visual gráfica, sem remissão para a íntegra do site ou possibilidade de personalização dos resultados por parte dos leitores. Os dados são mostrados conforme a navegação vertical pela página.

Outro trabalho na modalidade comunicativa interativa é o ZH Dados das Eleições de 2016. A reportagem do jornal Zero Hora no digital produziu o cruzamento de dados de mais cinco mil informações contábeis do ano de 2015 sobre receita, despesa, gastos e investimentos dos 497 municípios gaúchos. Os dados foram extraídos do site do Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul (TCE-RS) e estavam acessíveis para navegação interativa pelo cidadão. A vantagem da modalidade interativa é que o leitor pode escolher o município de seu interesse e comparar com a situação geral.

Figura 13 – Modalidade interativa 2: ZH Dados das Eleições de 2016 (Zero Hora)



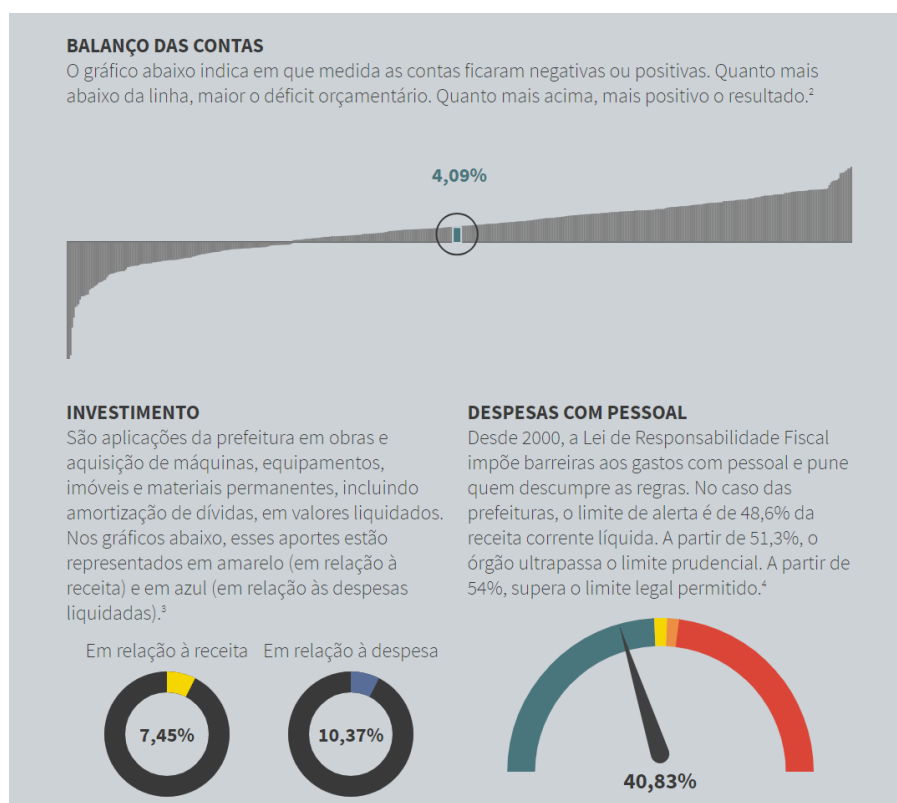
O mapa em duas cores indica que os municípios marcados com a cor verde têm saldo positivo e com a cor vermelha, negativo.

Campo de navegação interativa para o leitor fazer a escolha por um dos 497 municípios gaúchos.

Fonte: Captura de tela do antigo site do jornal Zero Hora/Clic RBS (BUBLITZ, 2016).

A partir da escolha por um dos municípios, o leitor é levado a uma página com gráficos estáticos, na qual estão ilustrados em números a evolução da situação financeira do município. Se o município está positivo, a marcação do gráfico está acima da linha do equilíbrio, se está com saldo negativo, abaixo, conforme demonstra Figura 14.

Figura 14 – Modalidade interativa 2: ZH Dados das Eleições de 2016 (Zero Hora)

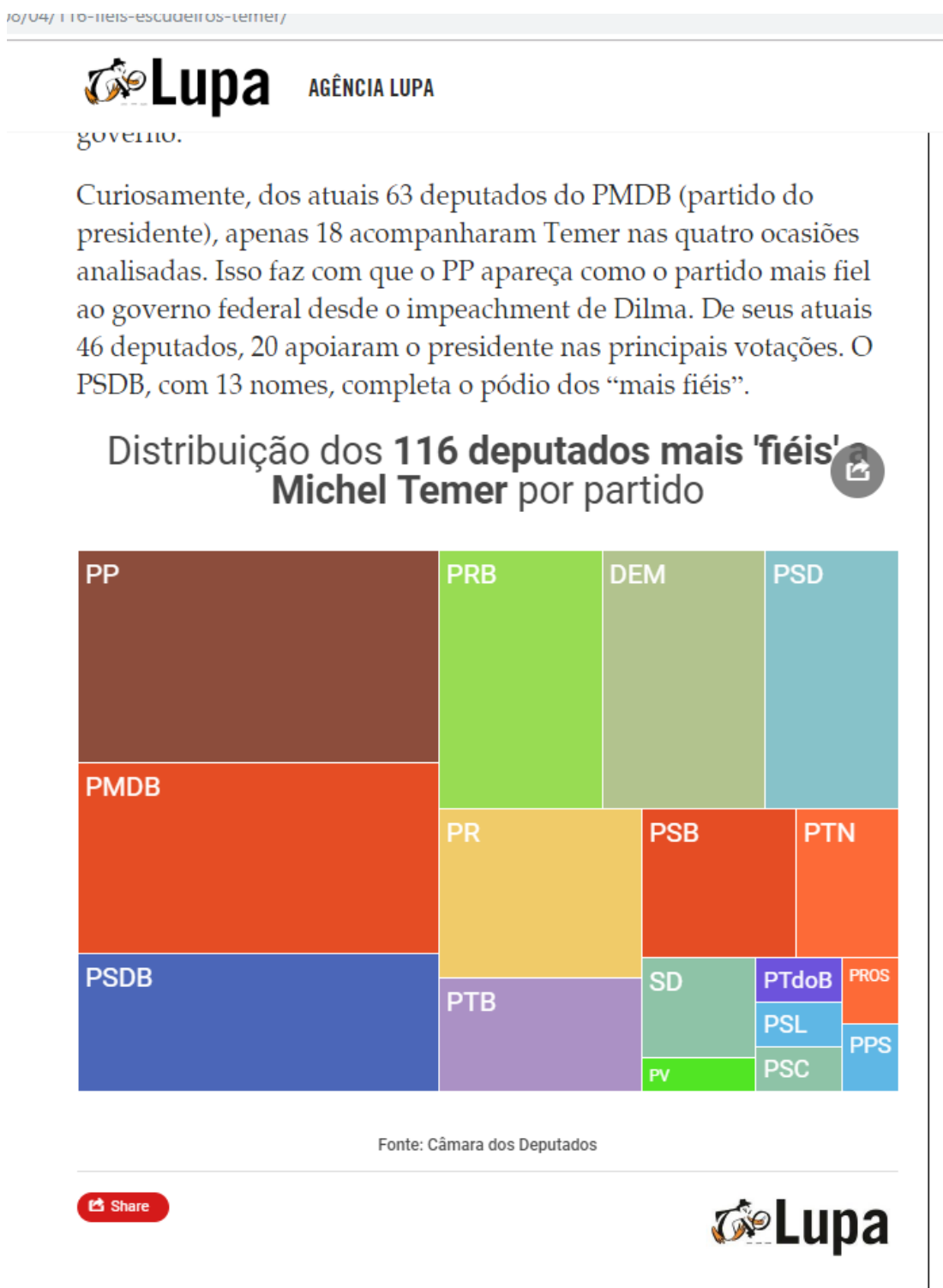


No exemplo de Porto Alegre, a imagem mostra o balanço das contas, investimento e despesas com pessoas em três gráficos estáticos.

Fonte: Captura de tela do antigo site do jornal Zero Hora/Clic RBS (BUBLITZ, 2016).

Outro exemplo de uso de infografia interativa para apresentar dados públicos que se configura como modalidade comunicativa interativa é o uso de plataformas digitais gratuitas ou pagas para gerar o gráfico e incorporar na página do webjornal. O site da Agência Lupa da Revista Piauí, por exemplo, utiliza a ferramenta Infogram. Na reportagem, o mapeamento dos 116 deputados mais fiéis ao presidente Michel Temer (RESENDE; BECKER, 4 ago. 2017), pelo placar de votações, foi apresentado em diferentes figuras geométricas. Uma delas distribui o total dos deputados pró-situação por partidos e o tamanho do quadrado ou retângulo corresponde à proporção de políticos, quanto maior o quadrado, mais políticos que votam a favor de Temer no partido (Figura 15). Ao passar o cursor sobre o gráfico, aparece uma caixa de texto indicando o número exato de deputados.

Figura 15 – Modalidade interativa 3: 116 deputados mais fiéis ao presidente Temer (Agência Lupa/Revista Piauí)



Fonte: Captura de tela do site da Agência Lupa/Revista Piauí (RESENDE; BECKER, 4 ago. 2017).

As modalidades comunicativas interativas com o uso de dados públicos observadas nessa amostra utilizam os recursos de interação seletiva, ou seja, a possibilidade de o leitor escolher entre as opções programadas para a navegação. Esta tipologia aciona funcionalidades

como *scroll down* (Folha), *mouse over* (Lupa), *drop down* e *clic on* (Zero Hora)¹⁷. Os dados públicos do Inep, TCE e Câmara foram acessados pela reportagem e traduzidos graficamente, na maior parte, por ilustrações e textos explicativos. Não foi encontrado nenhum recurso de interatividade comunicativa, ou seja, abertura para que o leitor possa colaborar seja por meio de comentários, de leitura e contribuição com novos dados (*crowdsourcing*) ou qualquer outro recurso de coprodução da modalidade.

7.1.1.3 Modalidade comunicativa multimídia

A modalidade comunicativa multimídia se caracteriza por apresentar os dados públicos com recursos multimídia de áudio, vídeo e imagens, arquitetura hipertextual, gráficos interativos e linguagem universal. As características centrais do jornal identificadas nessas modalidades são a universalidade – linguagem acessível, a publicidade – publicação em jornais de grande circulação e ampliação do alcance do debate público, a atualidade – temas vinculados a assuntos cotidianos da época e também periodicidade, no caso da modalidade multimídia com cobertura jornalística. Das características webjornalísticas se destaca a hipertextualidade, considerando que boa parte da amostra teve a narrativa estruturada em uma arquitetura informacional com hiperlinks e remissões para conteúdo de contexto, profundidade ou íntegra de documentos. Neste conjunto de formatos se encaixam os trabalhos que foram prioritariamente apresentados em veículo jornal nas modalidades notícia (hiper)textual (59 citações) ou *longform* (10 citações). São os tipos mais indicados pelos jornalistas entrevistados na pesquisa.

Do total de trabalhos, 69 remetem para a modalidade comunicativa multimídia, sendo pelo menos sete trabalhos referenciados mais de uma vez pelos respondentes. Entre os trabalhos que mais se destacam está a notícia “Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem” do jornal Folha de S. Paulo (23 abr. 2018, documento eletrônico), citada seis vezes pelos respondentes. Os repórteres desenvolveram um modelo estatístico que apontou pelos gabaritos similares uma probabilidade de fraude por meio de cópia ou compartilhamento de gabarito. A apuração foi apresentada no formato notícia textual com hiperlinks, infográfico e ponto a ponto cronológico.

O Monitor da Violência do site G1 (Figura 16), por exemplo, foi indicado como

¹⁷ Os termos em inglês são utilizados por desenvolvedores web especialistas em UX e na tradução livre significam arrasta pra baixo (Folha), passe o mouse ou cursor (Lupa) clique na seta para baixo e clique em cima da imagem (ZH).

referência de trabalho com dados públicos por mais de um dos respondentes. O trabalho foi feito com base em pedidos de dados por meio da Lei de Acesso à Informação, em uma parceria do G1 com o Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Participaram da produção do especial jornalistas nas redações do G1 nos 27 Estados brasileiros e no Distrito Federal. O esforço coletivo foi apresentado em formato de texto, vídeo, infográfico e ferramenta interativa. O especial levantou dados de violência de 2011 a 2017 (CAESAR; REIS, 22 mar. 2018) e, em março de 2019 (Figura 17), apresentava os dados mês a mês de 2018 até dezembro (VELASCO; CAESAR; REIS, 8 mar. 2019). Percebe-se o esforço da redação em apurar os dados públicos, aplicar uma metodologia específica, estabelecer uma periodicidade para manter a atualidade do monitor. Os dados que podem ser acessados pelos leitores conforme as características de interação, memória e personalização também servem de fonte para os repórteres contextualizarem as notícias cotidianas.

Figura 16 – Modalidade Multimídia 1: Monitor da Violência (Portal G1)

G1 MONITOR DA VIOLÊNCIA

Brasil registra quase 60 mil pessoas assassinadas em 2017

São 59.103 homicídios, latrocínios e lesões corporais seguidas de morte. Número é o maior dos últimos anos. G1 lança nesta quinta-feira (22) novo projeto do Monitor da Violência que irá acompanhar mês a mês os dados de crimes violentos no país: o índice nacional de homicídios.

Por Gabriela Caesar e Thiago Reis, G1
22/03/2018 04h45 - Atualizado há 8 meses

O Brasil teve no ano passado 59.103 vítimas assassinadas – uma a cada 9 minutos, em média. É o que mostra um levantamento feito pelo **G1** com base nos dados oficiais dos 26 estados e do Distrito Federal. O dado, inédito, contabiliza todos os homicídios dolosos, latrocínios e lesões corporais seguidas de morte, que, juntos, compõem os chamados crimes violentos letais e intencionais.

Ad closed by Google
Report this ad
Why this ad? ⓘ

EM 2017
O BRASIL TIVE
59.103 ASSASSINATOS

Fonte: Captura de tela do site do portal de notícias G1 (CAESAR; REIS, 22 mar. 2018).

Os dados públicos levantados por meio do serviço de atendimento ao cidadão, via LAI, nos Estados possibilitaram um balanço nacional que não é possível com apenas uma fonte porque o país não dispunha até 2018 de um sistema integrado de dados policiais. O portal G1 por meio do monitor e das reportagens geradas a partir dele propõe o debate público sobre o tema da violência e apresenta os dados de forma universal, ou seja, inteligível de forma simplificada e intuitiva para o cidadão. O especial aciona características do webjornalismo como a interação, multimídia, hipertextualidade e personalização para formatar um conteúdo jornalístico ainda mais relevante e interessante, conforme reforça a Figura 17.

Figura 17 – Modalidade multimídia 1: Monitor da Violência (Portal G1)

EM 2017 O BRASIL TEM 59.103 ASSASSINATOS

Brasil tem quase 60 mil pessoas assassinadas em um ano.

Houve um aumento de 2,7% em relação a 2016, quando foram registradas 57.549 vítimas no país. Como parte dos dados de 2017 será revisada e estados como Tocantins e Minas Gerais dizem que o balanço completo não está fechado, a tendência é que esse crescimento seja ainda maior. Além disso, em muitos estados os casos de morte em decorrência de intervenção policial não entram na conta de homicídios - ou seja, é seguro dizer que a estatística passa dos 60 mil (só no RJ, por exemplo, houve 1.124 casos do tipo no ano passado).

O levantamento faz parte do Monitor da Violência, uma parceria do G1 com o Núcleo de Estudos da Violência da USP e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Jornalistas do G1 espalhados pelo país solicitaram os dados via Lei de Acesso à Informação seguindo o padrão metodológico utilizado pelo fórum no Anuário Brasileiro de Segurança Pública, divulgado normalmente no fim do ano.

PÁGINA ESPECIAL: Mapa mostra mortes violentas no país

ANÁLISE DO NEV: Governos frágeis fortalecem tiranias ligadas ao crime e à polícia que se matam na disputa por poder

ANÁLISE DO FBSP: O buraco negro da informação em segurança pública no Brasil

O MAIOR NÚMERO DOS ÚLTIMOS ANOS

Ano	Assassinatos
2011	48.084
2012	53.054
2013	54.163
2014	57.091
2015	55.492
2016	57.549
2017	59.103

Reprodução de frame do vídeográfico aos 00:11 segundos

Na página das reportagens produzidas a partir da leitura dos dados públicos sobre violência, a equipe do G1 produziu vídeo com gráficos e hiperlinks para o leitor aprofundar o conhecimento sobre os fatos. A ferramenta interativa possibilita ao leitor uma navegação individualizada pelos dados por Estado e com o recurso de comparativo entre dois Estados.

As mortes violentas mês a mês no país

G1 monitora todos os dados de homicídio, latrocínio e lesão corporal seguida de morte

DADOS MENSIS DE 2018 | **DADOS DE ANOS ANTERIORES**

TIPO DE CRIME: Todos os crimes violentos | **PERÍODO**: Dezembro | **UNIDADE FEDERATIVA**: Brasil

Brasil

DADOS DE DEZEMBRO

Total de crimes violentos: **3.954**

Índice por 100 mil habitantes: **1.90*** por mês

Mês	Índice por 100 mil habitantes
Jan	2.44
Fev	2.11
Mar	2.24
Abr	2.18
Mai	2.1
Jun	2.1
Jul	2
Ago	1.80
Set	2
Out	2
Nov	1.9
Dez	1.9

Taxas por 100 mil habitantes

- De 0 a 1
- De 1,1 a 2
- De 2,1 a 3
- De 3,1 a 4
- Maior que 4
- sem dados**

** A taxa mensal serve apenas como base de comparação entre os estados, o padrão internacional é utilizar a taxa a cada 100 mil habitantes para dados anuais / o índice nacional leva em conta toda a população brasileira e mesmo quando não há dados de todos os estados.
** Os dados não foram disponibilizados pelos governos dos estados apesar de pedidos feitos pelo G1. As taxas são calculadas com base nas estimativas populacionais do IBGE para cada ano.

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do portal de notícias G1 (CAESAR; REIS, 22 mar. 2018) e (VELASCO; CAESAR; REIS, 8 mar. 2019).

A Figura 18 apresenta a modalidade multimídia "Sistema de transplante no Brasil sofre com a falta de transporte aéreo" (SASSINE, 5 jun. 2016) complementada pelo infográfico "Órgãos com transporte recusado e os voos das autoridades" (LIMA, 5 jun. 2016). O trabalho trata sobre a negativa da Força Aérea Brasileira (FAB) em transportar órgãos para transplantes. Os números levantados pela reportagem junto à Central Nacional de Transplantes do Ministério da Saúde apontaram que em três anos 153 órgãos deixaram de ser transplantados por falta de transporte. Os dados foram obtidos pela reportagem assinada por Vinicius Sassine por meio de um pedido via serviço de atendimento ao cidadão da LAI. Com a Força Aérea Brasileira, a reportagem levantou o número de requisições atendidas para transporte de ministros do Executivo e de presidente do Supremo do Senado e da Câmara. Os infográficos estão assinados por Daniel Lima.

Figura 18 – Modalidade multimídia 2: Sistema de transplante e falta de transporte aéreo (O Globo)

A modalidade comunicativa multimídia publicada no site do jornal O Globo traz elementos textuais, infografia com cruzamento de dados sobre transporte de órgãos e transporte de autoridades, personagens entrevistados em vídeo e outros elementos de mídia que caracterizam esse grupo de trabalhos.

Os órgãos com transporte recusado e os voos das autoridades

Entre 2013 e 2015, 153 órgãos saudáveis, prontos para transplante, tiveram sua solicitação de transporte recusada pela FAB. Nos mesmos dias dessas recusas, a Aeronáutica atendeu a 716 requisições de transporte de ministros e autoridades. Leia a reportagem

Frequência das recusas
 No gráfico abaixo, cada fio representa uma solicitação de transporte de órgão para transplante que foi recusada pela FAB entre janeiro de 2013 e dezembro de 2015.

Tipo de órgão	Quantidade
Fígado	11
Coração	42
Medula	4
Outros	14

CRÉDITOS: INFOGRÁFICO: DANIEL LIMA; CARTÃO NACIONAL DE TRANSPLANTES (CENAT) DO MINISTÉRIO DA SAÚDE, SEM DADOS DETIDOS VIA Lei de Acesso à Informação; e BASE DE DADOS DA FORÇA AEREA BRASILEIRA (FAB)

O GLOBO f 8+ CLIQUE E ASSINE

PAÍS RIO ECONOMIA SOCIEDADE MUNDO TECNOLOGIA SAÚDE CIÊNCIA CULTURA ESPORTES ÚLTIMAS

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do jornal O Globo (SASSINE, 5 jun. 2016) e (LIMA, 5 jun. 2016).

Entre os trabalhos indicados pelos jornalistas, poucos utilizam a linguagem audiovisual em vídeos ou mesmo podcasts. Esse conjunto de modalidades costuma ser desenvolvido por uma equipe interdisciplinar de tecnoatores¹⁸ (programadores, estatísticos, designers) na redação ou a partir de templates prontos – modelo padrão – e construção hipertextual da narrativa.

7.1.1.4 Modalidade comunicativa personalizada

A modalidade comunicativa personalizada se caracteriza por buscar a atualidade e a universalidade por meio da apropriação pelo jornalismo do desenvolvimento de linguagem de programação para a internet. A universalidade é expressa em ferramentas interativas que utilizam prioritariamente as características do webjornalismo de personalização, hipertextualidade, memória, interatividade e ubiquidade. Em especial, a personalização para esta modalidade está relacionada à utilidade de conteúdos perenes que podem ser consultados ao longo do tempo. É o tipo de interação que muitas vezes ajuda o leitor na tomada de decisão. A essas ferramentas não se aplica diretamente a característica web de instantaneidade.

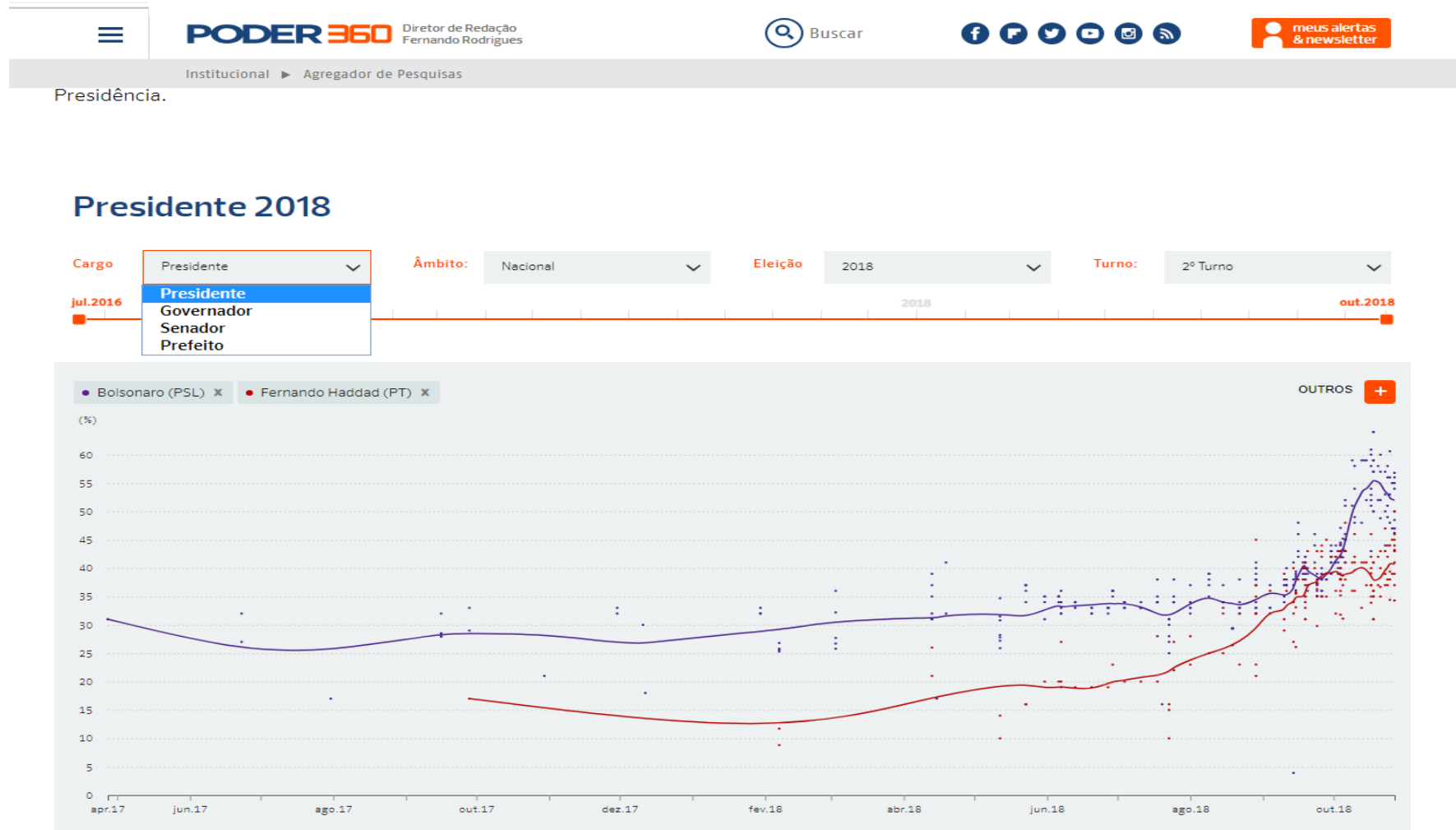
Este conjunto de trabalhos, que engloba ferramentas interativas e os formatos automatizados, é apresentado em site próprio ou página de portal, com título e layout de design específico. Percebe-se entre a caracterização, o uso de recursos de universalidade no direcionamento do leitor para a experiência de navegação e potencial atualidade nos casos de automatização para alimentação periódica de dados. Amostras desta modalidade foram indicadas 18 vezes pelos respondentes, no entanto, excluindo as repetições, restam nove. “Ruralômetro”, da ONG Repórter Brasil (MAGALHÃES et al., 2019), “Basômetro” (ESTADÃO, 2019) e “Como votou a sua vizinhança?” (MENEGAT; LAGO, 27 out. 2018) foram os mais citados, três vezes cada.

Entre os trabalhos indicados pelos jornalistas está o especial de eleições produzido pela redação do portal Poder 360. Os jornalistas elaboraram um agregador de pesquisas eleitorais de intenção de votos de diferentes institutos para tornar os resultados pesquisáveis por pleitos municipais, executivos estaduais e executivos federais. Foram utilizadas para constituir o banco de dados as pesquisas eleitorais registradas no Tribunal Superior Eleitoral. A página apresenta

¹⁸ Tecnoatores são grupos interdisciplinares que trabalham na redação ou em apoio a jornalistas em organizações de imprensa. Entre eles estão estatísticos, designers e programadores (CANAVILHAS, 2016).

uma lista dos institutos, da empresa contratante, número de pessoas entrevistadas, margem de erro e registro no TSE. O leitor pode, a partir dos campos de navegação, selecionar o cargo que lhe interessa, em qual esfera e qual ano para perceber a evolução. Pode ainda comparar o desempenho dos candidatos, conforme demonstra a Figura 19.

Figura 19 – Modalidade personalizada 1: Especial Eleições – desempenho do candidato (Poder 360)



Fonte: Captura de tela do site do portal Poder 360 (2019a).

A Figura 19 indica os campos nos quais o leitor pode navegar e personalizar a sua experiência na ferramenta interativa. A consulta pode ser feita por cargo, selecionando os âmbitos estadual ou federal, ano e turno eleitoral. Os dados podem ser exibidos em gráfico de evolução para indicar o desempenho comparativo entre os candidatos em diferentes períodos ao longo da campanha.

Outro agregador de informações acessadas via base de dados do Tribunal Superior Eleitoral, feito pelo portal Poder 360, disponibiliza uma ferramenta interativa para consulta de informações dos candidatos. Ao optar por um candidato como a presidenciável Marina Silva, da Rede Sustentabilidade (Figura 20), a ferramenta abre nova página com informações sobre o candidato com dados pessoais como data do nascimento, gênero, estado civil, dados da candidatura como nome do vice e da coligação e dados sobre a declaração de bens. A ferramenta ainda permite download da íntegra da documentação das pesquisas em dados abertos em uma interface de aplicação de programações (API). O site especifica que o uso ou reprodução dos dados precisa de autorização e autenticação dos interessados.

Figura 20 – Modalidade personalizada 1: Especial Eleições- Políticos do Brasil (Poder 360)

CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES DESDE 1998

Políticos do Brasil

[HOME](#)
[AGREGADOR DE PESQUISAS](#)
[DADOS ABERTOS DE PESQUISAS](#)
[FILTRO AVANÇADO DE P](#)

Candidatos

Cargo:

- Presidente ▼
- Todos
- Presidente
- Vice-Presidente
- Governador
- Vice-Governador
- Senador
- Deputado Federal
- Deputado Estadual
- Deputado Distrital
- 1o Suplente Senador
- 2o Suplente Senador
- Prefeito
- Vice-Prefeito
- Vereador

Ano:

2018 ▼

UF:

Todos

Nome:

busca



PODER 360 Diretor de Redação
Fernando Rodrigues

Buscar

meus alertas & newsletter

Institucional ► Políticos do Brasil

MARINA SILVA
2018

foto de 2018

Nome completo	MARIA OSMARINA MARINA DA SILVA VAZ DE LIMA
Data de nascimento	08/02/1958
Município de nascimento	RIO BRANCO / AC
Nacionalidade	Brasileira
Gênero	Feminino
Estado civil	Casada
Grau de instrução	Ensino superior completo
Ocupação principal	HISTORIADOR

Candidatura

Cargo disputado	Presidenta
Vice	EDUARDO JORGE
Cidade/UF da candidatura	Brasil
Situação da candidatura	APTO
Nome da urna	MARINA SILVA
Nome do partido	REDE SUSTENTABILIDADE
Sigla/Nº do partido	REDE/18
Coligação	UNIDOS PARA TRANSFORMAR O BRASIL (REDE / PV)
Plano de Governo	Baixar
Certidão Criminal	Baixar

Resultado

Situação eleitoral	Não eleita
Votos no 1º turno	1.069.578 (1,00%)

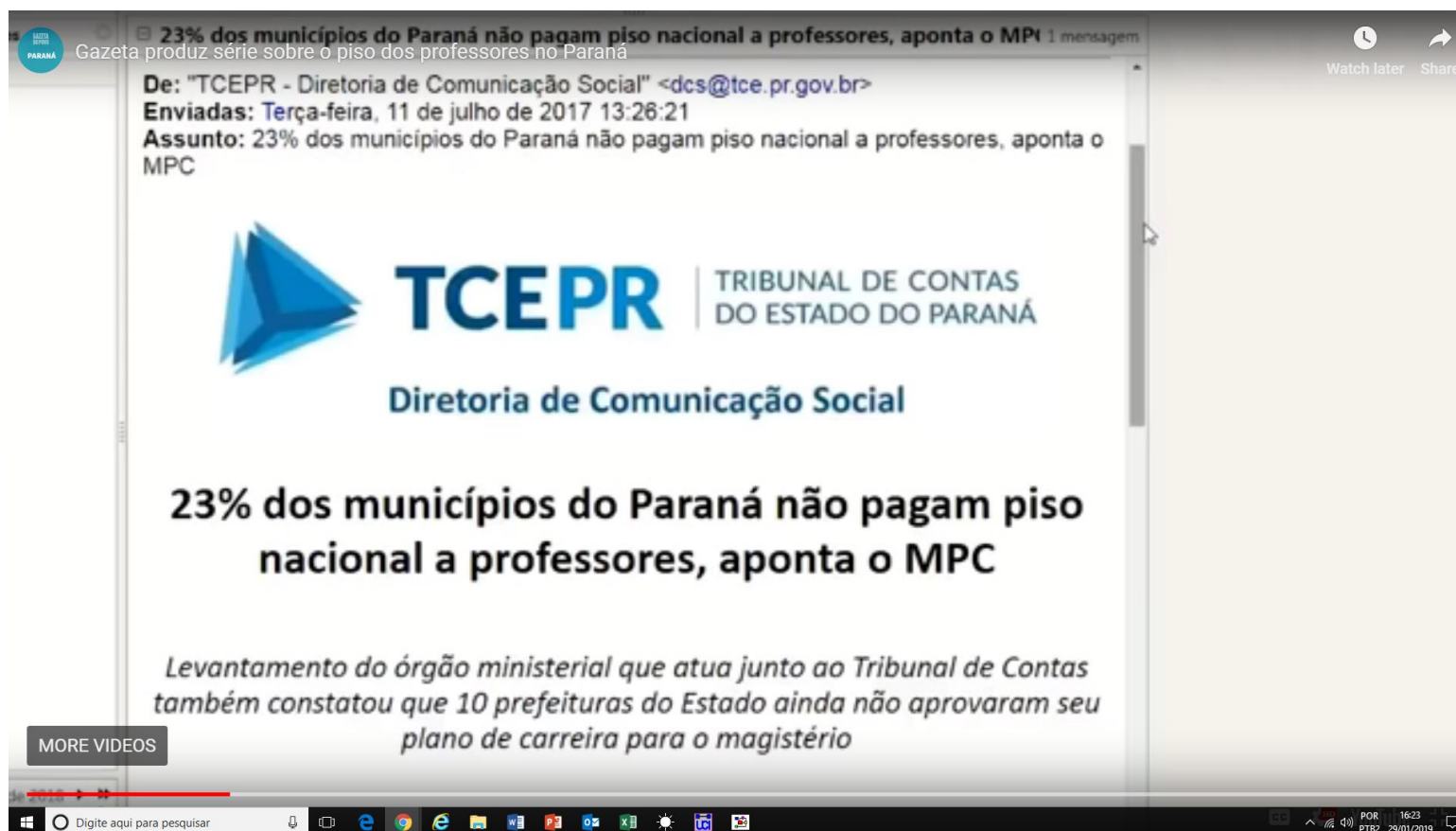
Bens declarados 💰 Total: R\$ 118.835,13

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do portal Poder 360 (2019b).

As duas ferramentas interativas classificadas como personalizadas analisadas nas Figuras 19 e 20 se diferenciam das demais modalidades comunicativas porque elas podem gerar uma reportagem textual, um vídeo ou um podcast, mas elas proporcionam “autonomia cognitiva”, ou seja, o leitor pode escolher a informação que lhe interessa e filtrar conforme precisar dos dados para tomar decisão ou construir argumentação própria. Nesse caso, o Poder 360 abre mão da universalidade textual – linguagem jornalística acessível para o leitor médio – e propõe a universalidade da experiência do usuário – desenvolve ferramentas intuitivas para que o leitor possa navegar pelas informações estruturadas em bases de dados. A ferramenta interativa é suscetível de gerar notícias textuais e outros formatos de autoria dos jornalistas. Mas a característica web da personalização predomina, ou seja, o jornalista, provavelmente em parceria com tecnoatores nas redações, propõe a ferramenta, cruza os dados, analisa as informações e apresenta de forma intuitiva para os leitores navegarem conforme lhes convier.

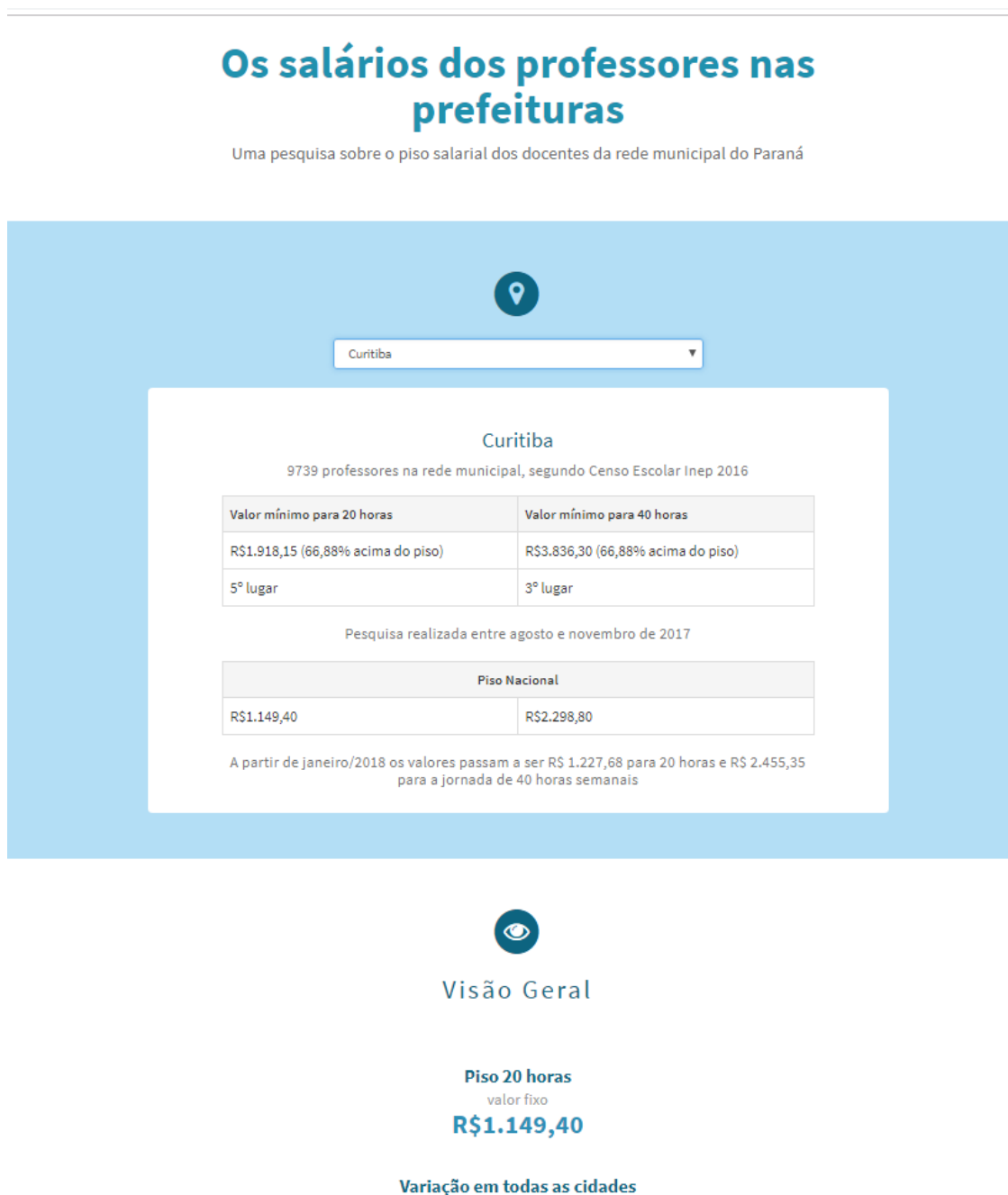
O especial “Salário dos professores nas prefeituras” (BRAMBATTI, 2018) (Figura 22) se enquadra na modalidade comunicativa personalizada por retratar dados de todos os municípios do Paraná. Em um vídeo postado no site do jornal, a jornalista Kátia Brembatti explica os bastidores do trabalho da equipe do jornal Gazeta do Povo (Figura 21). Ao receber um texto da assessoria de imprensa do Tribunal de Contas do Estado com a manchete “23% dos municípios do Paraná não pagam piso nacional a professores, aponta MPC”, a equipe iniciou o processo de apuração e aprofundamento das informações. Perceberam que nem todas as prefeituras estavam no estudo, havia 145 prefeituras ausentes. A equipe do jornal resolveu refazer os passos do estudo do Ministério Público de Contas ligando para todas as prefeituras do Paraná – 399, segundo a jornalista – e perguntar uma a uma qual o valor mínimo pago para os professores na rede municipal da cidade. O resultado da coleta de informações resultou em uma planilha com todas as informações que foi formatada em uma ferramenta interativa para consulta do leitor sobre qual o valor mínimo pago ao professor em cada cidade, com um ranking de informações dos municípios que pagam mais e os que pagam menos.

Figura 21 – Modalidade personalizada 2: release origina ferramenta interativa com salários



Fonte: Captura de tela do vídeo postado no site do jornal Gazeta do Povo (2018).

Figura 22 – Modalidade personalizada 2: Salário dos professores do Paraná (Gazeta do Povo)



Fonte: Captura de tela do site do jornal Gazeta do Povo (BREMBATTI, 2018).

A apuração dos jornalistas também foi apresentada em trabalhos formatados na modalidade comunicativa multimídia, nos quais o texto do repórter é construído com características de hipertextualidade, priorizando a universalidade textual. A modalidade comunicativa personalizada pode gerar modalidades comunicativas multimídia, mas o inverso não se aplica.

Figura 23 – Modalidade personalizada 2: Salário dos professores do Paraná (Gazeta do Povo)

GAZETA DO POVO | | | | **PARANÁ**

Colaboraram Antonio Steffen Neto e Marcos Guerios, com apoio de Rodrigo Silva e Pedro Pinheiro

[0]
 [0]

COMENTE! [1]

Especial piso dos professores no Paraná
A Gazeta do Povo pesquisou os salários em todas as 399 prefeituras. Veja as outras reportagens:

- [Confira os dados e pesquise o seu município](#)
- [59 cidades desrespeitam o mínimo](#)
- [Qual a punição para quem não cumpre o piso?](#)
- [Onde os professores ganham menos de R\\$ 1 mil](#)
- [Valores subiram acima da inflação](#)
- [O menor salário do Paraná](#)
- [O exemplo que vem de uma cidade pequena](#)
- [O município que paga o dobro do piso](#)
- [O resultado do salário aparece no Ideb](#)
- [Como foi feita a série de reportagens](#)

Reportagens da Gazeta do Povo

O investimento em apuração e desenvolvimento de uma ferramenta interativa empreendido pelo jornal possibilitou não apenas a geração de um conteúdo personalizado para o leitor navegar conforme o seu interesse, como também possibilitou aos repórteres extrair uma série de reportagens para promover o debate público sobre o tema educação municipal.

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do jornal Gazeta do Povo (BREMBATTI, 2018).

Na análise dos formatos das modalidades comunicativas agrupamos os trabalhos indicados pelos jornalistas em quatro tipologias: estática (4), interativa (9), multimídia (69) e personalizada (18). As tipologias nos ajudam a agrupar os trabalhos pelas características predominantes encontradas em cada tipo de publicações em jornais ou webjornais. Entendemos jornais como quaisquer publicações que possuam as características essenciais do jornalismo no seu todo, independente do canal: universalidade, periodicidade, atualidade ou publicidade. Também encontramos continuidades destas qualidades essenciais nas características que diferenciam o jornalismo na web e outros protocolos digitais: a hipertextualidade, a interatividade, a multimidialidade, a instantaneidade, a ubiquidade, a interatividade e a memória.

7.2 TEMATIZAÇÃO

A elaboração das quatro tipologias de modalidades comunicativas nos permitiu compreender como é feita a apropriação e uso de dados públicos pelos jornalistas e como essa informação é formatada. Para atender o objetivo de identificar quais temas os jornalistas entendem como aqueles que mais representam a fiscalização do poder pela imprensa, por meio de dados públicos digitais, analisaremos as abordagens temáticas nas modalidades comunicativas. Ao observá-las como sensíveis, vitais e políticas pudemos compreender possíveis limitações dos jornalistas na representação do interesse público por meio de dados digitais públicos.

O ponto de partida para a análise da tematização é, mais uma vez, a percepção da rede de jornalistas que faz uso e apropriação de dados públicos sobre os seus trabalhos e os trabalhos de colegas que eles consideram referência em jornais e webjornais. Portanto, a análise de tematização nos permitiu inferir quais os temas de interesse público são mais abordados pelos jornalistas como referência na sua área de atuação.

Nesta análise, nos associamos a Weber (2017) na abordagem sobre temas de interesse público por categorização em sensíveis, vitais e políticos. A autora especifica os diferentes âmbitos para conceituar as redes de comunicação pública vinculadas a “instituições e públicos com movimentação contínua e estratégica tais como as redes governamentais e mediáticas ou de movimentação eventual (também estratégica) dependendo do tema em questão” (WEBER, 2017, p. 44). A análise desta pesquisa centra nos temas produzidos pelo jornalismo em jornais

ou webjornais e não na abordagem, circulação e posicionamento em disputa pelos diferentes atores da rede.

Quadro 10 – Temas de interesse público em modalidades comunicativas

Temas Sensíveis (1 citação)	Temas Vitais (35 citações)	Temas políticos (64 citações)
<ul style="list-style-type: none"> • questões religiosas • comportamentais • preconceituosas • discriminatórias • ex1: aborto • ex2: casamento homoafetivo 	<ul style="list-style-type: none"> • liberdades políticas • acesso à saúde • alimentação • emprego • segurança • educação • ex 1: censo populacional • ex 2: rede pública de ensino 	<ul style="list-style-type: none"> • cargos • corrupção • impostos • mudanças governamentais • poder • ex 1: impeachment • ex 2: nepotismo

Fonte: Elaborado pela autora com base em Weber (2017).

A análise desenvolvida levou em consideração as 123 modalidades comunicativas indicadas pelos jornalistas respondentes. Conforme o questionário, cada respondente pode contribuir com até seis trabalhos, três seus e três de referência no campo de atuação. De todos os trabalhos indicados, apenas um se encaixa na tematização chamada de sensível, 35 foram classificados entre temas vitais e 64 em político (23 não foram classificados por não se enquadrarem na amostra).

7.2.1 Temas sensíveis

Os temas menos referenciados pelos respondentes foram os sensíveis. Apenas um jornalista indicou como trabalho do campo de atuação de uso de dados públicos uma reportagem sobre comportamento. Foi a notícia “Casamentos caíram pela metade no RS de 2015 para 2018, seguindo tendência nacional”, um levantamento feito pela reportagem do portal GaúchaZH (HARTMANN, 9 jan. 2019) cruzando os dados dos registros dos cartórios gaúchos com os

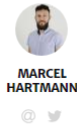
dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os dados foram apresentados em texto e mapa interativo no qual o leitor pode filtrar a informação por município do Rio Grande do Sul (Figura 24).

Figura 24 – Tema sensível: Casamentos caíram pela metade no RS (GaúchaZH)

Casamentos caíram pela metade no RS de 2015 para 2018, seguindo tendência nacional

Crise econômica e mudança cultural sustentam queda em registros de cartórios

09/01/2019 - 01h05min
Atualizada em 09/01/2019 - 14h29min



Em acordo com tendência nacional, os gaúchos estão casando, morrendo e nascendo menos nos últimos quatro anos – e a maior queda é nos matrimônios. Em 2018, a taxa de uniões registradas em cartório a cada 1 mil habitantes no Rio Grande do Sul foi de 2,2, quase metade do índice registrado em 2015, de 4.

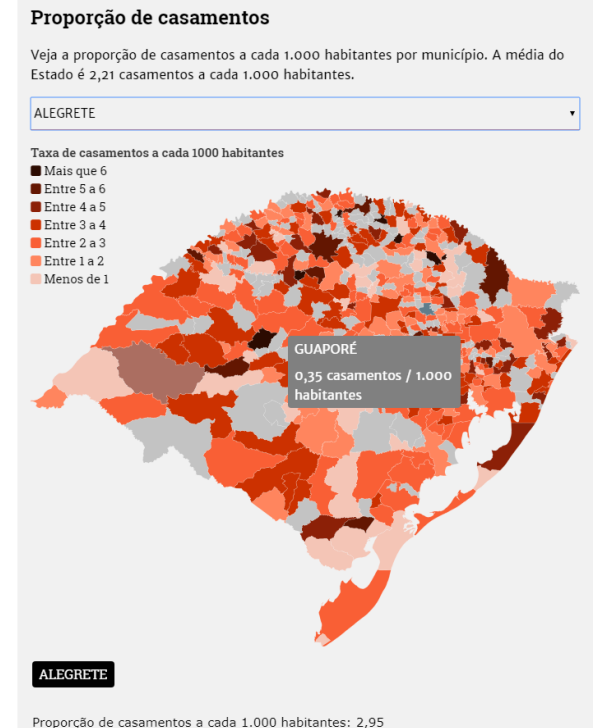
A análise de [GaúchaZH](#) é um cruzamento dos registros de 2015 a 2018 de todos os cartórios gaúchos, fornecidos pela Associação dos Registradores de Pessoas Naturais (Arpen), e da população estimada do país e de cada um dos 497 municípios gaúchos ano a ano, conforme o [Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística](#) (IBGE). Algumas cidades não constam na análise porque não têm cartório – nesses casos, a população se dirige a uma localidade vizinha.

Em 2015, cartórios espalhados pelo Rio Grande do Sul registraram 45,7 mil casamentos homo e heteroaletivos para uma população de 11,2 milhões (quatro a cada 1 mil habitantes). Ano após ano, as celebrações de amor perante o Estado diminuíram, apesar de a população

MAIS LI.

"BBB 19": enquetes
eliminação de par
com mais de 60% €

Duas notícias boas:



Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site GaúchaZH (HARTMANN, 9 jan. 2019).

Os temas sensíveis como casamentos, religião, preconceito e aborto não foram tão citados pelos jornalistas que usam dados públicos para elaborar suas reportagens. Entendemos que os temas sensíveis são abordados a partir de uma perspectiva mais comportamental, com narração de histórias de vida e experiência humana e talvez com menos exatidão dos números e dados. No entanto, dados do Censo Demográfico do IBGE, por exemplo, poderiam ser utilizados para promover o debate público mais amplo nesse tema. A abordagem jornalística de preconceitos no sentido de violência contra a mulher e contra homossexuais acabou se enquadrando em temas vitais relacionados à segurança pública.

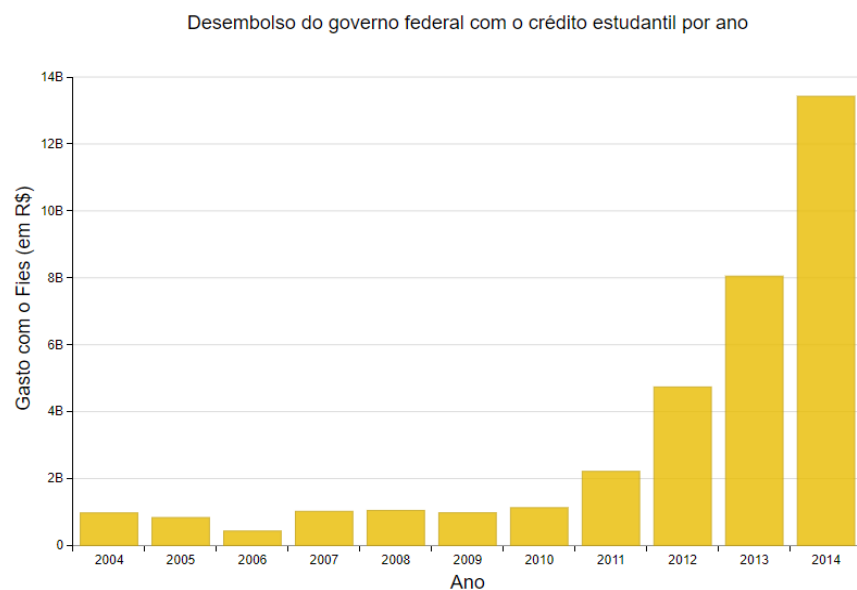
7.2.2 Temas vitais

As modalidades comunicativas que se enquadram nos temas vitais foram referenciadas 35 vezes pelos respondentes e classificadas nos subtemas educação (14), segurança pública (11), saúde (4), emprego (4) e transporte público (2). Nas questões de educação predomina o debate público sobre o desempenho dos estudantes no Enem a partir dos dados de resultados da prova e também análise do perfil dos inscritos, fornecidos pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, o Inep. Outro assunto do subtema tem relação com o financiamento estudantil, em especial, o Fundo de Financiamento Estudantil (Fies) do Ministério da Educação (MEC). Criado em 2001, foi intensificado a partir de 2010, como mostra infográfico produzido pelo jornal O Estado de S. Paulo (Figura 25).

Figura 25 – Tema vital 1 (educação): Gastos com o Fies explodem (O Estado de S. Paulo)

Paulo Saldaña
Rodrigo Burgarelli

Gastos com o Fies explodem



Criado em 1999 para emprestar dinheiro para alunos cursarem faculdades particulares, o Fies teve uma explosão de contratos após mudanças promovidas em 2010 para elevar o número de matrículas. Os juros caíram de 6,5% para 3,4% ao ano, abaixo da inflação. Além disso, o financiamento pôde ser obtido a qualquer momento, a exigência de fiador foi relaxada e o prazo de quitação, alongado.

De lá para cá, o total gasto por ano pelo governo federal com o crédito estudantil disparou. O aumento desde 2010 até o ano passado foi de 13 vezes - passou de R\$ 1,1 bilhão naquele ano para R\$ 13,7 bilhões em 2014. Os dados estão corrigidos pela inflação.

Leia mais:

- [Gasto com Fies cresce 13 vezes e chega a R\\$ 13,4 bi, mas ritmo de matrículas cai](#)



Gráfico de barras mostra curva de crescimento acentuado de financiamentos a partir de 2011. Em 2010, o Executivo Federal desembolsou R\$ 1,1 bilhão e em 2014 uma quantia de R\$ 13,7 bilhões.

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do jornal O Estado de S. Paulo (TOLEDO; SALDAÑA; BURGARELLI, 15 fev. 2015).

O subtema segurança pública foi bastante citado pelos respondentes. O especial Monitor da Violência do G1 (Figura 26), por exemplo, expõe a ineficiência do Estado para manter atualizados dados públicos sobre mortes violentas no país. Com estrutura para apuração das informações em todos os Estados brasileiros, o portal G1 organizou uma metodologia em parceria com o Núcleo de Estudos da Violência da USP e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública com o objetivo de, segundo o texto do G1, discutir a questão da violência no país e apontar caminhos para combatê-la. Os dados foram reunidos em uma página digital com um layout e programação próprios desenvolvidos para agregar os dados levantados pela redação mês a mês. Lançado em 25 de setembro de 2017 foi atualizado pela última vez em 8 de março de 2019 (VELASCO; CAESAR; REIS, 8 mar. 2019).

O Monitor da Violência, do portal de notícias G1, obteve reconhecimento internacional em 2018 com o prêmio “preferência do público” do Data Journalism Awards, organizado desde 2012 pela Global Editors Network.

O subtema de saúde tem relação com dados da Força Aérea Brasileira (FAB) que geraram o debate público sobre o uso de transporte aéreo para conduzir órgãos humanos para transplante. Os dados mostram que as aeronaves vinham sendo usadas mais para transporte de políticos do que para salvar vidas. A Aeronáutica não é obrigada por lei a transportar órgãos para transplante, mas a reportagem apurou que existe um termo de cooperação envolvendo o Ministério da Saúde, as empresas de aviação comercial e a FAB. Quando não há rotas comerciais ou existe uma urgência, a FAB é acionada. O debate público levantado pela reportagem versa sobre o uso – previsto em lei – do mesmo transporte para autoridades, enquanto órgãos não chegam em tempo hábil ao destino.

O jornal O Globo solicitou os dados das recusas emitidas pela Central Nacional de Transportes via Lei de Acesso à Informação. Conforme já evidenciado na modalidade multimídia (Figura 18), a reportagem foi publicada pelo repórter Vinicius Sassine em 5 de junho de 2016 e impactou em um decreto presidencial assinado pelo presidente Michel Temer para que uma aeronave ficasse sempre à disposição para o transporte de órgãos para transplante. O trabalho foi premiado pela Associação dos Magistrados do Rio de Janeiro (Amaerj). O trabalho com dados produzido pelo repórter em formato reportagem *longform* com fotos, vídeos e texto permitiu o debate público ao acionar outros atores políticos e mobilizá-los à ação.

7.2.3 Temas políticos

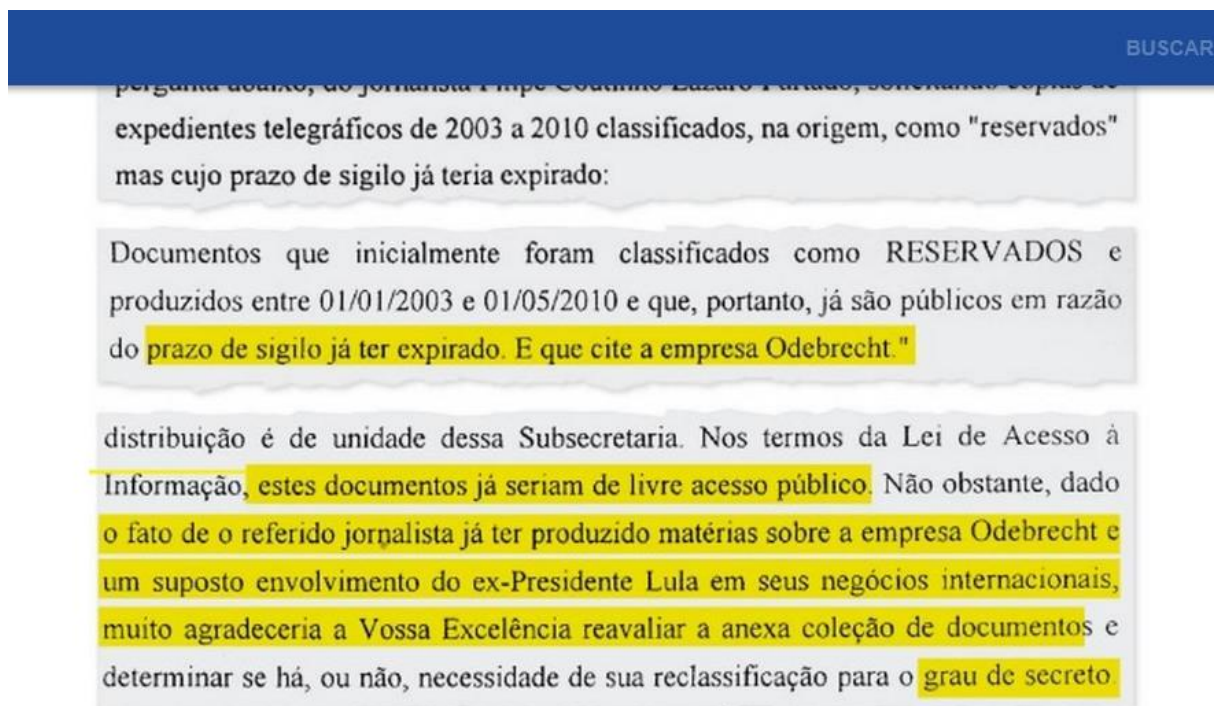
As modalidades comunicativas que se enquadram nos temas políticos foram referenciadas 64 vezes pelos respondentes, com os seguintes subtemas: poderes Executivo (12), Judiciário (5), Legislativo (18), corrupção (6), eleições (12), finanças públicas (11).

Do Executivo Federal, se destacam duas pautas relacionadas aos entraves para conseguir dados públicos por meio da Lei de Acesso à Informação. O jornal O Globo publicou em maio de 2015 com o título “Lei de acesso desrespeitada por órgãos do governo” uma reportagem assinada pelo jornalista Francisco Leali (10 maio 2016) citada por dois entrevistados como referência de uso de dados. O repórter levantou que dos 235,7 mil documentos desclassificados como confidencial, secretos ou ultrassecretos, 68% eram do Exército, que estava barrando a

consulta – mesmo com a garantia da lei. O texto provoca o debate público sobre os documentos secretos e ultrassecretos mantidos pelo governo, em especial, aqueles dos arquivos do Ministério das Relações Exteriores e expõe a dificuldade dos poderes de disponibilizar documentos antigos para consulta do cidadão.

A outra reportagem intitulada “Itamaraty propõe burlar lei para proteger Lula” (ALENCASTRO; LEALI, 12 jun. 2015) dá publicidade para uma tentativa do ministro João Pedro Correa, diretor do Departamento de Comunicações e Documentação (DCD) do Itamaraty, de proteger documentos que por lei já deveriam estar disponibilizados para consulta pública pela LAI. A reportagem (Figura 27), publicada em junho de 2015, destaca a reprodução do memorando interno que cita a Odebrecht e o ex-presidente Lula e sugere reclassificação para secreto.

Figura 27 – Tema político (Executivo): “Itamaraty propõe burlar a lei para proteger Lula” (O Globo)



Trecho do documento em que o diretor do Itamaraty cita Lula e a Odebrecht Foto: Reprodução / O Globo

BRASÍLIA - O Ministério das Relações Exteriores deflagrou ação para evitar que documentos que envolvam o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva com a Odebrecht, empreiteira investigada na Operação Lava-Jato, venham a público. A ordem interna partiu do diretor do Departamento de Comunicações e Documentação (DCD) do Itamaraty, ministro João Pedro Corrêa Costa, depois que o órgão que ele dirige recebeu um pedido de informações de um jornalista baseado na Lei de Acesso à Informação. O GLOBO obteve um memorando que ele disparou, na última terça-feira, sugerindo a colegas do Itamaraty que tornassem sigilosos documentos “reservados” do ministério que citam a Odebrecht entre 2003 e 2010,

Fonte: Captura de tela do site do jornal O Globo (ALENCASTRO; LEALI, 12 jun. 2015).

O texto dos repórteres Francisco Leali e Catarina Alencastro explica que o documento foi enviado à Subsecretaria-Geral da América do Sul, Central e do Caribe (Sgas) motivado por um pedido feito por meio da LAI pelo jornalista Filipe Coutinho, então na revista Época. Por meio do serviço de atendimento ao cidadão, Coutinho solicitou os telegramas e despachos reservados do ministério que citam a Odebrecht. O texto enfatiza que o jornalista não faz

referência a Lula, a citação ao ex-presidente aparece apenas na justificativa dada pelo chefe do DCD ao sugerir a reclassificação dos documentos.

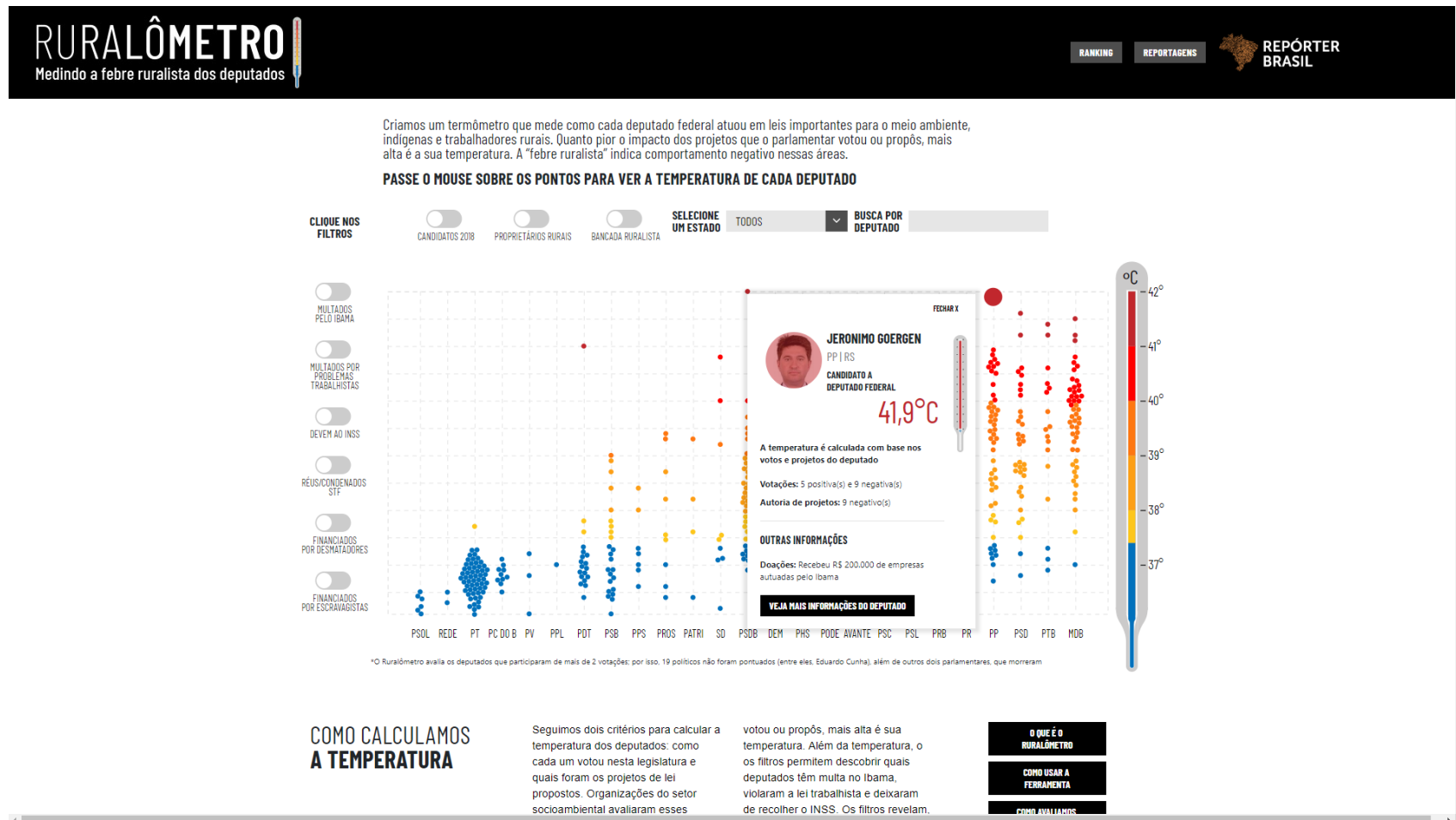
O subtema Judiciário somou cinco citações entre os trabalhos referenciados pelos respondentes. Duas notícias foram sobre o tempo de julgamento do processo contra o ex-presidente Lula, menor do que o tempo médio de processos no Tribunal Regional Federal (TRF4), reportagens produzidas antes do julgamento e condenação do presidente, com base em dados do próprio Judiciário. Uma foi sobre um problema no sistema do Judiciário que permitiu o vazamento de dados sobre as ocorrências de vítimas de estupro. E outra intitulada “Brasil possui ao menos 58 mil autoridades, de 40 cargos, com foro especial”, publicada em 24 de abril de 2018 pelo jornal Folha de S. Paulo, com dados extraídos do Conselho Nacional de Justiça e portais de transparência municipais e estaduais. O debate público se estabeleceu mais no âmbito dos poderes municipais, estaduais e federais, em especial nas casas legislativas.

O quinto debate público sobre o Judiciário envolve a família do ministro Gilmar Mendes, intitulada “Filho de Gilmar comprou cotas de faculdade por R\$ 12 milhões no mesmo dia de empréstimo do Bradesco“, a reportagem de dados produzida pelo repórter Felipe Coutinho, em 24 de outubro de 2017, mostra com informações do Banco Central que o banco Bradesco teria praticado taxas menores para empréstimo concedido ao filho do ministro para financiar o Instituto Brasiliense de Direito Público (IDP), patrimônio da família do ministro.

Sobre o subtema Legislativo, registramos 18 citações. Entre os trabalhos mais citados estão as ferramentas interativas Basômetro (3) e Ruralômetro (3), modalidades comunicativas personalizadas, a partir das quais o leitor pode filtrar e cruzar os dados que mais lhe interessem sobre o desempenho dos parlamentares, partidos e votações. As duas ferramentas potencializam o debate público por também servirem de fonte de informações para notícias textuais e outras modalidades comunicativas multimídia. Nas páginas das duas ferramentas há uma lista de links para as notícias geradas a partir de recortes de dados por meio da navegação na ferramenta.

O Ruralômetro (MAGALHÃES et al., 2019) é uma ferramenta interativa desenvolvida pela organização não-governamental Repórter Brasil com o objetivo de monitorar a atuação dos deputados federais eleitos em 2014 na agenda do setor rural no país, mensurando o impacto socioambiental dos projetos propostos por cada político eleito e o comportamento de voto dos mesmos nas sessões do plenário. A ferramenta se propõe a medir a temperatura de atuação dos parlamentares. Cada projeto foi avaliado por critérios desenvolvidos por organizações do setor ambiental, especialistas e jornalistas para classificar como impacto positivo e negativo. Quanto pior o impacto, mais alta a "febre" do parlamentar.

Figura 28 – Tema político (Legislativo): Ruralômetro (Repórter Brasil)



Fonte: Captura de tela do site da ONG Repórter Brasil (MAGALHÃES et al., 2019).

Os pontos no gráfico indicam cada um dos deputados analisados pelo impacto baixo, em cores azul, e alto, em cores vermelhas. Um dos deputados com o impacto mais negativo é da bancada gaúcha. Jerônimo Goergen (PP-RS) foi autor de nove projetos com impacto socioambiental negativo. Além disso, recebeu R\$ 200 mil de empresas denunciadas por trabalho escravo ou autuadas pelo Ibama. A temperatura do deputado Goergen é de 41,9 graus na escala do Ruralômetro.

Percebemos que o especial tem a intenção de provocar o cidadão e a própria imprensa a fiscalizar a atuação dos parlamentares em relação às causas socioambientais. O tema de interesse público é relevante socialmente e o jornalismo cumpre a finalidade de fornecer às pessoas as informações que elas precisam para tomar suas decisões. O formato de ferramenta interativa em modalidade comunicativa personalizada torna o infográfico além de significativo, interessante para o leitor. Entre os filtros divulgados no site para construir o algoritmo de medição de desempenho estão os seguintes critérios de avaliação – que podem ser baixados no próprio site para conferência dos leitores ou assessorias dos parlamentares:

1. Lista de deputados federais eleitos em 2014 que estão no Ruralômetro, excluindo os 19 políticos que participaram de menos de três votações;
2. A lista das 14 votações nominais dessa legislatura que apresentam impacto socioambiental;
3. 131 projetos apresentados pelos deputados eleitos em 2014 que apresentam algum impacto socioambiental;
4. Lista dos deputados federais eleitos em 2014 que foram multados pelo Ibama;
5. Lista dos deputados federais que receberam doações de campanha de empresas ou pessoas físicas autuadas pelo Ibama;
6. Deputados que são sócios de empresas que possuem dívidas com o INSS ou com o Funrural.

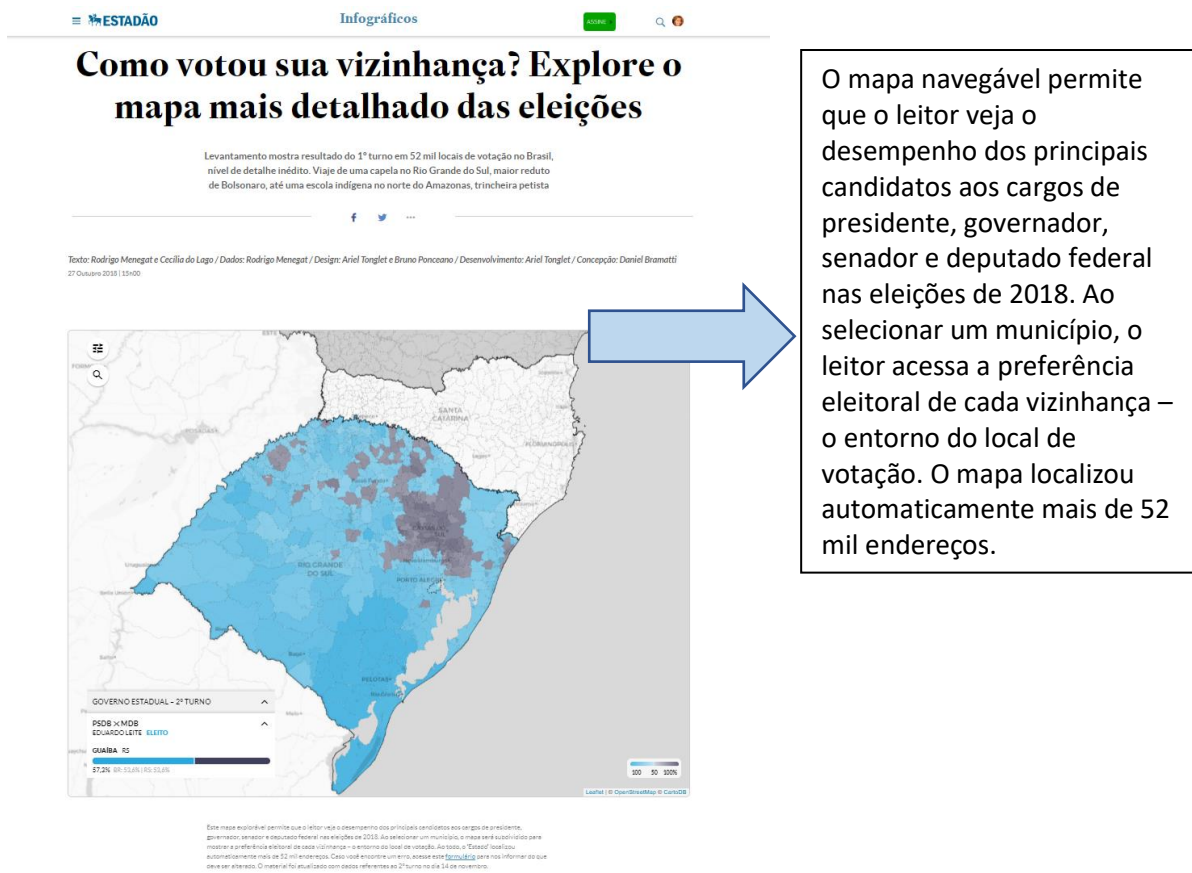
Os dados acima foram apurados pela equipe de reportagem para que fosse possível elaborar a equação de medição da temperatura no termômetro de impacto socioambiental. Segundo o site, o trabalho foi desenvolvido por uma equipe multidisciplinar que envolve jornalistas, programadores, designers, estatísticos e analistas de dados. Observamos na ferramenta interativa Ruralômetro as características predominantes de interatividade seletiva,

considerando que há uma programação prévia de opções da ferramenta pelas quais o cidadão pode navegar para avançar nos conteúdos e informações fornecidas. O leitor pode optar por navegar por partido, por estado ou pelo nome do parlamentar para acessar as informações de forma individualizada. Há ainda um recurso de download dos dados acessados e dos dados usados para elaboração da ferramenta o que permite ao leitor a manipulação individual com foco no seu interesse.

O subtema Eleições foi identificado 12 vezes. Entre os trabalhos citadas mais de uma vez estão o especial da Folha de S. Paulo, “Eleições S.A” (NETO et al., 8 out. 1995, p. 1), analisado pela modalidade comunicativa estática que levanta o debate público sobre financiamento de campanha com dados do Tribunal Superior Eleitoral em 1995.

Outro trabalho é uma ferramenta interativa do jornal O Estado de S. Paulo intitulada “Como votou a sua vizinhança” (MENEGAT; LAGO, 27 out. 2018) (Figura 29). Com o desenvolvimento de um algoritmo próprio de programação, a equipe do jornal cruzou o resultado das eleições de 2018, informações geográficas do Google Maps e os setores censitários do IBGE para elaborar mapas eleitorais que detalham como foi o voto do brasileiro em cada local de votação do país. Assim, a reportagem mostra como o entorno de cada colégio eleitoral votou em 2018 para presidente da República, governador, deputados e senadores.

Figura 29 – Tema político (Eleições): “Como votou a sua vizinhança” (O Estado de S. Paulo)

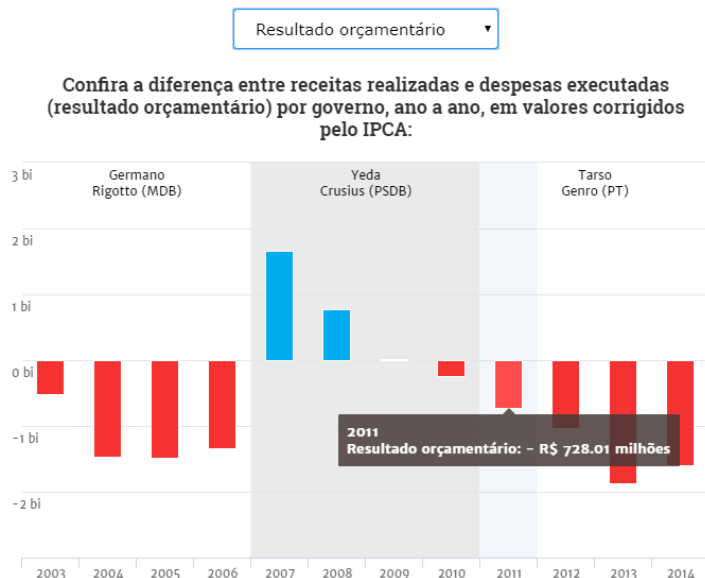


Fonte: Elaborado pela autora com base em captura do site do jornal O Estado de S. Paulo (MENEGAT; LAGO, 27 out. 2018).

As 11 citações de trabalhos com o subtema finanças públicas têm relação com uma das entrevistadas semente, a repórter Juliana Bublitz, pois ela trabalha com frequência temas sobre a economia do estado do Rio Grande do Sul e a onda de respondentes gerada a partir do questionário respondido por ela teve reincidentes citações das reportagens que se enquadram neste subtema. Quatro trabalhos referenciados são assinados pela repórter, sendo que o “Raio X das finanças do RS: como Rigotto, Yeda e Tarso administraram as contas”, publicado no dia 28 de setembro de 2018 (Figura 30) foi citado por dois respondentes. A reportagem mostra uma radiografia das finanças estaduais entre 2003 e 2014, dados conseguidos por transparência passiva via LAI sobre as aplicações de verbas em saúde, educação e segurança e desembolsos com pessoal e custeio nos três mandatos.

Figura 30 – Tema político (Finanças públicas): Raio X das finanças do RS (GaúchaZH)

Despesas x Receitas



Fonte: Relatórios Resumidos da Execução Orçamentária, da Secretaria Estadual da Fazenda. Os dados de receitas e despesas incluem transferências intraorçamentárias.
Obs.: os dados do governo de José Ivo Sartori (MDB) não estão incluídos no levantamento, porque a gestão ainda está em andamento.

O levantamento de dados sobre o orçamento do estado, receitas e despesas solicitado à secretaria da Fazenda do Estado foi apresentado em texto e em gráfico de barras.

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site GaúchaZH (BUBLITZ, 28 set. 2018).

O assunto promove o debate público sobre a gestão financeira do Estado do Rio Grande do Sul, uma questão recorrente de interesse público que baliza discussões políticas e estratégias de governo, debates eleitorais e a discussão sobre renegociação de dívidas com o governo federal.

7.3 ANÁLISE GERAL

Os resultados desta pesquisa foram reunidos por modalidades e por tematização o que nos permite revisitar os quadros de combinação das características centrais e das características web. Entre os objetivos perseguidos pela pesquisa esteve categorizar as tipologias de modalidades comunicativas com uso de dados públicos praticadas pelo jornalismo na contemporaneidade. Fizemos a comparação entre o que os jornalistas dizem usar de formatos, os formatos que eles usariam no mundo ideal e os formatos que se destacam nos trabalhos referenciados pela cadeia de jornalistas entrevistados.

Apresentaremos, a seguir, o resultado da análise sobre tematização e subtematização nas pautas. Acreditamos que a partir dos temas de interesse público é possível inferir o que efetivamente representa ser fiscal do poder por meio do uso de dados públicos para o grupo de respondentes. Nesta parte dos resultados também apontamos quais as fontes de dados públicos mais usadas, quais os veículos mais citados. Esses achados nos indicam veículos que têm investido tempo e recursos para a prática do jornalismo como fiscal do poder. Da mesma forma, identificamos quais os temas não estão abordados nas modalidades comunicativas mapeadas para compreender possíveis limitações dos jornalistas na representação do interesse público por meio de dados digitais públicos. Os resultados ainda apontam quais as características centrais e características web são potencializadas pelo uso de dados públicos digitais.

7.3.1 Por modalidade

As modalidades comunicativas com o uso de dados públicos digitais foram agrupadas na pesquisa pelas seguintes tipologias: estática, interativa, multimídia e personalizada. Cada tipologia traz formatos e características predominantes, o que não significa que a modalidade comunicativa multimídia não possa ter funcionalidades interativas, mas os formatos áudio, vídeo, infografia combinados são mais evidentes do que os recursos de interação e hiperlinks. Poderíamos até fazer uma escala crescente de uso de recursos digitais, sendo que a modalidade estática seria a que aciona menos recursos e a personalizada a que potencializa mais recursos do ambiente digital. Então, pelos formatos utilizados chegamos no seguinte quadro:

Quadro 11 – As tipologias de modalidades comunicativas

Modalidade comunicativa	Elementos narrativos predominantes	Apresentação dos dados públicos	Recursos acionados
ESTÁTICA	Texto, ilustrações, fotografia	Textual, gráficos estáticos	Acervo digitalizado, leitura em flip (folhear virtual), lista de notícias do impresso no digital
INTERATIVA	Textos, fotografia, hiperlinks, infografia interativa	Interação gráfica por <i>mouse over</i> , <i>clik on</i> , <i>drop down</i> e outros recursos de programação para interação com informação gráfica ou textual	Interatividade seletiva, hipertextualidade, softwares de geração de gráficos
MULTIMÍDIA	Textos, fotografia,	Texto hipertextual com remissão para íntegra de	Interatividade seletiva, hipertextualidade, menu

	infografia interativa, vídeos, áudios, hiperlinks	documentos, remissão para bases de dados, narrativa em videografia, podcast, interação gráfica combinados	de navegação, títulos e subtítulos, páginas e layout próprios
PERSONALIZADA	Textos, fotografia, infografia interativa, ferramenta interativa com inserção de dados individuais, hiperlinks	Inserção de dados pessoais, escolha de geolocalizações gráficas, geração de gráficos individualizados por seleção do usuário	Páginas próprias, Interatividade seletiva, hipertextualidade, menu de navegação, base de dados navegável, informações personalizadas como resultado

Fonte: Elaborado pela autora.

O resultado da análise das respostas ao questionário online indica que os respondentes almejam formatos que permitam desenvolver modalidades comunicativas personalizadas para apresentação dos seus trabalhos, como o uso de inteligência artificial e algoritmos em formatos automatizados. Nas respostas ao questionário, dois respondentes afirmam usar esse recurso, enquanto 14 deles afirmam desejar o desenvolvimento desta modalidade para apresentação dos dados. Porém, predominantemente eles fazem uso da modalidade multimídia e interativa, ou as duas combinadas, como na apresentação de reportagens no formato *longform*, pois 27 dos 29 entrevistados afirmam usar este formato com mais frequência para apresentar os dados públicos.

O desejo por trabalhar com formatos automatizados indica uma tendência de os jornalistas aperfeiçoarem o conhecimento em manipulação de dados e programação para a internet para propiciar ao leitor trabalhos de cruzamento de dados com característica de personalização. Pelo menos parte dos jornalistas entrevistados nesta amostra indica concordar com a ideia de Meyer (2002), segundo a qual quanto mais o jornalista conhecer programação, menos engessado estará para apresentar as notícias e reportagens aos seus leitores.

7.3.2 Por tematização

As modalidades comunicativas com o uso de dados públicos digitais foram categorizadas por tematização e subtematização a partir de Weber (2017) em pautas sensíveis, vitais e políticas. Como na categoria sensível enquadrámos apenas uma reportagem, não foi necessário realizar a subtematização. Na categoria vitais identificámos 35 trabalhos e os separamos nos subtemas educação, saúde, emprego, segurança pública e transporte público. Na categoria políticas identificámos a maior parte dos trabalhos e os subdividimos em corrupção, eleições, finanças públicas, Executivo, Legislativo e Judiciário.

Os jornalistas que indicaram esses trabalhos responderam que se consideram fiscais do poder num grau de 4 – entre 0 e 5 – reforçando o valor de vigilância do poder público como um *ethos* da profissão. O fato de a maior parte tratar diretamente de temas políticos, 64 trabalhos citados, reforça esse conceito. Um destaque para os especiais relacionados ao Legislativo, 18 do total dos trabalhos, corresponde a 28% do total, sendo a maior percentagem entre as subcategorias. É possível inferir que a produção de especiais com dados públicos se dar em maior quantidade no legislativo indica que o poder tem uma cultura de maior transparência em relação ao Executivo e ao Judiciário. Também pesa o legislativo ser o local central de debate de projetos e políticas públicas que culminaram em leis de transparência. Destacamos ainda pautas jornalísticas citadas que abordaram a LAI com a problematização sobre a dificuldade de acesso a dados públicos nesses dois poderes, em função da classificação de documentos secretos e ultrassecretos. Para além dos trabalhos evidenciarem a transparência no Legislativo, destacam também o potencial dos dados gerarem modalidades comunicativas personalizadas, como o Basômetro e o Ruralômetro.

Outro destaque fica para os trabalhos com dados sobre o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) somando 11 citações entre os respondentes. A prova é realizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, o Inpe, que elabora o censo da Educação Superior, entre outros estudos, e publica as estatísticas e dados em uma página acessível para o cidadão, inclusive com a possibilidade de baixar microdados do Enem, Enade, do Censo Escolar, Censo da Educação Superior, Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb), outros. Podemos inferir que a pauta de educação é um tema importante para os jornalistas respondentes, que além de considerarem a pauta relevante, acreditam que ela representa um bom uso e apropriação de dados públicos para promover o debate público por meio do jornalismo.

Figura 31 – Portal de transparência do Inep

BRASIL Serviços

inep Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
MEC

Acesso à Informação Sobre o Inep Notícias Educação Básica Educação Superior Ações Internacionais Cibec Dados Publicações

Página Inicial > Dados

Informações Estatísticas

Disponibilizamos para consulta e download informações estatísticas que ajudam a construir e interpretar a educação em seus variados níveis.

Outras informações disponíveis

Inep Data	Sinopses
Consulta Ideb	Investimento Público
Microdados	Panel Educacional
Data Escola Brasil	Indicadores Educacionais
Consulta Matrícula	

Microdados

Estão disponíveis para consulta e download os microdados gerados por avaliações, pesquisas e exames, abaixo você pode acessar os microdados dos principais programas do Inep.

Microdados disponíveis:

Enade	Saeb
Censo Escolar	Enem
Censo da Educação Superior	Mais microdados

Inep Data **Sinopses Estatísticas**

No endereço portal.inep.gov.br é possível acessar os dados para visualização online já com o resumo estatístico ou baixar uma versão bruta em microdados para manipulação.

Fonte: Elaborado pela autora com base em captura de tela do site do Inep (INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA, 2019).

Entre os jornais mais citados estão a Folha de S. Paulo, com 22 trabalhos, O Estado de S. Paulo, com 16, a GaúchaZH também com 16 e o O Globo, com dez. GaúchaZH e Folha de S. Paulo são que o que mais se destacam no tema política e o O Estado de S. Paulo entre os temas vitais. O Globo foi indicado 5 vezes para político e 5 para vitais. O único exemplar de trabalho de tema sensível foi publicado pelo GaúchaZH. Este recorte não pode ser generalizado, ou seja, não podemos afirmar que os trabalhos com dados públicos da Folha são majoritariamente no tema política, mas podemos inferir que entre o grupo de jornalistas de dados no Brasil o trabalho com dados do jornal Folha de S. Paulo no tema política serve como referência.

Também podemos inferir que entre os jornalistas que se identificam e formam a rede de uso e apropriação de dados públicos digitais há uma preocupação menor com pautas sensíveis que tratem de costumes e comportamentos sociais. E quando os temas sensíveis são abordados,

como preconceitos contra mulheres e minorias, eles trazem o viés da violência – o que os transfere para a temática vital de segurança pública. Podemos ainda inferir que o *ethos* de fiscal do poder, para o grupo entrevistado, está vinculado a temas e subtemas políticos. Como esta pesquisa selecionou como sementes jornalistas de atuação no centro-sul do país, jornais e sites de estados mais a norte, nordeste e oeste do Brasil não figuraram entre os trabalhos referenciados. Portanto, os jornais mais citados representam o contexto mais próximo da rede de jornalistas mapeada na pesquisa, o que não significa que não haja a produção deste tipo de modalidades em jornais do centro-norte brasileiro.

7.3.3 As características evidenciadas no estudo

A categorização por modalidades e por tematização nos permite redesenhar os quadros de potencialização das características centrais e web (Quadro 12). **Podemos inferir deste estudo que quando as modalidades comunicativas fazem uso de dados públicos digitais as características essenciais são fortalecidas.** Nem todas as características se sobressaem na amostra analisada, mas evidenciamos uma busca de qualificação do jornalismo a partir do entendimento das características e melhores práticas. À luz das modalidades estudadas, também pudemos atualizar os constrangimentos apontados pelos respondentes. Os resultados mostram que os trabalhos com uso de dados não sofrem os mesmos constrangimentos que as notícias factuais, pressionadas pela velocidade de publicação. A instantaneidade como característica do webjornalismo afeta menos a esses jornalistas do que a falta de conhecimento sobre manipulação de dados.

Já as características centrais puderam ser percebidas na análise dos trabalhos. A universalidade, por exemplo, pode ser evidenciada pelo uso do formato notícia textual e infografia interativa, elementos que visam uma tradução mais efetiva dos dados públicos para um entendimento universal. Da mesma forma, as modalidades comunicativas personalizadas, apesar de não usarem o recurso notícia textual como fio condutor, utilizam recursos de experiência do usuário para o desenvolvimento do design de ferramentas interativas que sejam intuitivas e fáceis de consumir.

A atualidade como característica essencial também está presente na amostra analisada. Os temas de interesse público estão vinculados a acontecimentos sociais como a realização do Exame Nacional do Ensino Médio, o desempenho dos deputados e senadores no Congresso Nacional, como os governantes vêm administrando o orçamento público entre outros temas vinculados à vida em sociedade no tempo presente. Para os trabalhos com dados, a atualidade

no sentido de menor tempo entre o fato e o relato não tem tanto impacto, tendo em vista que as reportagens dependem de apuração, investigação e cruzamento de dados públicos. A periodicidade como característica essencial remete mais ao produto jornal do que às modalidades comunicativas individuais.

Os jornais que publicaram as modalidades analisadas conformam-se em periodização de publicação com fluxo de notícias online, notificações, publicações impressas ou digitais diárias, semanais, mas essa característica fica menos evidente nos trabalhos analisados. A periodização pode ser percebida, por exemplo, em série de reportagens originadas em uma investigação em bases de dados, como foi o caso da apuração dos salários dos professores municipais no Estado do Paraná, publicada pela Gazeta do Povo. O trabalho resultou em uma série de notícias textuais e pautas futuras, o que gerou uma sequência de retornos ao tema.

A publicidade como característica central é a que mais se destaca na análise dos trabalhos com o uso de dados públicos digitais. As modalidades comunicativas dão publicidade para os dados públicos digitais por meio da linguagem universal, optando por tematizações jornalísticas seguindo critérios de atualidade. Dar publicidade a temas de interesse público em formatos inteligíveis para o leitor é o papel do jornalista participante da rede mapeada. Não identificamos o recurso de interatividade no sentido de solicitar a participação comunicativa do leitor ou mesmo no processo de elaboração das modalidades. Os trabalhos apontam para um trabalho em equipe de um grupo interdisciplinar com competências complementares capazes de dar publicidade para a melhor apuração, visualização, navegação e narração dos temas por meio do uso e apropriação de dados públicos. É o caso do Monitor da Violência do portal G1, um especial produzido por dezenas de profissionais, cujos créditos ocupam uma página inteira entre as funções de coordenação, design, desenvolvimento, produção e reportagem. É o que Canavilhas (2016) chama de tecnoatores, ou seja, para a apropriação, tratamento e apresentação universal de dados públicos os jornais utilizam competências e profissionais interdisciplinares.

Quadro 12 – Características do jornalismo com uso de dados públicos

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
Universalidade	Hipertextualidade multimedialidade, memória, personalização.	Aprofundamento e contexto, adaptação ao meio.	Não observamos constrangimentos diretos em relação a estas características na amostra analisada.

JORNAL (características essenciais)	WEBJORNAL (potencializações e continuidades)	QUALIDADE	CONSTRANGIMENTOS
Atualidade	Instantaneidade e ubiquidade.	Acesso ao debate público do tempo atual por meio de reportagens aprofundadas com embasamento em dados públicos e complementos com reportagens completas, podendo ser acessadas a qualquer tempo e lugar.	Não observamos constrangimentos diretos em relação a estas características na amostra analisada.
Periodicidade	Interatividade, instantaneidade, ubiquidade, multimídia.	As modalidades comunicativas analisadas na amostra como partes do todo do jornal refletem pouco a periodicidade. A exceção está em coberturas jornalísticas a partir de levantamento de dados e atualização periódica de dados mensais ou semestrais para ferramentas como Ruralômetro, Basômetro ou o Monitor da Violência ou na sequência de notícias geradas a partir de uma ferramenta interativa que mantém o debate em pauta.	As modalidades comunicativas analisadas na amostra como partes do todo do jornal refletem pouco a periodicidade.
Publicidade	Ubiquidade, Interatividade e personalização.	Diminuição da barreira entre o jornalista e o leitor; Poder de escolha para o leitor e influência em priorizações editoriais; utilização da linguagem de programação para aumentar a publicidade das modalidades comunicativas com o uso de dados públicos	As modalidades comunicativas com o uso de dados públicos não são formatadas para interatividade comunicativa, ou seja, não ensinam e nem estimulam a participação do leitor em apuração, comentários ou textos autorais. Esse é um elemento constrangedor da perspectiva da democracia digital, pois não efetiva o debate público promovido pelo jornalismo como estímulo à participação cidadã em fóruns e interação com softwares digitais governamentais. O debate público de temas políticos aciona mais os atores do topo da elite social e menos o cidadão comum.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos resultados de pesquisa.

O resultado da análise não permitiu evidenciar o impacto de constrangimentos do ambiente digital por meio do estudo das modalidades comunicativas com o uso de dados públicos. As qualidades deste tipo de trabalho são bem mais evidentes. Não significa que o jornal como um produto no ambiente digital não sofra os constrangimentos da concorrência, da velocidade, da mediação algorítmica em sites de redes sociais, mas pela análise das modalidades comunicativas como partes do jornal, não é possível inferir muitos constrangimentos.

No entanto, da perspectiva de potencializar a participação cidadã no debate público, as modalidades comunicativas pouco contribuem. Os trabalhos estudados não são formatados para interatividade comunicativa, ou seja, não ensinam e nem estimulam a participação do leitor em apuração, comentários ou textos autorais para ampliação da temática. Esse é um elemento constrangedor da perspectiva da democracia digital, pois não efetiva o debate público promovido pelo jornalismo como estímulo à participação cidadã em fóruns e interação com softwares digitais governamentais. O debate público de temas políticos aciona mais os atores do topo da elite social e menos o cidadão comum.

Também não pudemos evidenciar na análise dessas modalidades comunicativas a atribuição de guia para participação efetiva no debate público, como Dahlberg (2011) idealizou ao pensar em ferramentas digitais capazes de gerar participação que molde uma opinião pública informada, crítica e influenciadora dos processos decisórios oficiais. Não podemos, da mesma forma, afirmar que essas modalidades não sejam impulsionadoras da participação do cidadão quando reproduzidas em outros sítios que não as páginas e partes dos jornais estudadas nesta pesquisa, tal como o compartilhamento em sites de redes sociais e outros meios.

Os trabalhos formatados em modalidades comunicativas com o uso de dados públicos, portanto, conformam-se em potencializadores de qualidades jornalísticas como aprofundamento, universalidade, acionamento da memória, adaptação ao meio digital e outras qualidades. Também permite inferir que o jornal se configura como um objeto público por meio da publicidade e para o público por meio da universalidade. Identificamos ainda o jornalista desta rede de uso de dados governamentais como mediador dos temas de interesse público, em especial, aqueles explicitamente sobre política. Portanto, a pesquisa aponta que o jornal e o jornalista que praticam o jornalismo com uso e apropriação de dados públicos exercem a função pública de mediador daquilo que é universal e amplo para representar e mediar o interesse público, configurando uma forma de fiscalizar o poder.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa empírica sobre as modalidades comunicativas com uso de dados públicos à luz dos autores do embasamento teórico nos permitem avançar para as considerações finais de tese com algumas respostas ao problema proposto inicialmente. Chegamos à etapa final aptos a confirmar **a hipótese de que as políticas públicas de transparência digital quando apropriadas pelo jornalismo por meio da manipulação de dados públicos transformados em modalidades comunicativas potencializam o *ethos* profissional de fiscal do poder e qualificam o papel social do jornalista como mediador do debate público na democracia contemporânea.**

O reforço do *ethos* de fiscal do poder está expresso em trabalhos jornalísticos que provocam o debate público quanto a questões de decoro público, ao dar visibilidade a atos ilegais ou imorais e gerar o constrangimento do agente público, evitando abusos de poder. Entre os trabalhos estudados citamos a denúncia de circulação de um memorando interno no qual um diretor do Itamaraty sugere uma reclassificação em secreto para documento que deveria estar disponível para consulta pública em 2015.

A qualidade do debate público é evidenciada nesta mediação jornalística quando 1) aciona atores políticos e sociais relevantes (deputados no Ruralômetro); 2) quando impacta na tomada de decisão ou acarreta em atos políticos por atores relevantes (decreto do Temer para aviões da FAB); e 3) quando permite o aprofundamento de temas de interesse público por um período de tempo (Enem, salário dos professores).

As políticas de transparência pública regulamentadas em leis e normas evidenciam a ideia de Lippmann (2008) sobre a qualidade da notícia estar diretamente ligada à organização social das instituições capazes de desembaraçar questões internas suscetíveis de interesse público. Essa organização das instituições deve passar por uma legislação que normatize o acesso a informações e coíba a falsa documentação ou equívocos documentais. Para Lippmann (2008) esse recurso contribui para a profissionalização do jornalismo. No mesmo sentido, quando as instituições se fortalecem, para Margetts (2011), é esperado do cidadão uma delegação de confiança, pois o indivíduo sozinho não teria condições – e muitas vezes nem conhecimento – para dar conta da interpretação dos dados. E entendemos que os jornalistas são atores potencialmente aptos a retribuir a confiança.

Essa questão nos remete a Bentham (2011) para quem a publicidade – dar acesso e visibilidade – é útil para gerar constrangimento ao agente público, ou seja, uma forma de evitar

abusos de poder ou tomadas de decisão em benefício próprio. O acesso à informação pública por meio de portais digitais ou mesmo de serviços de informação ao cidadão tem um efeito parecido com o acesso a assembleias públicas em casas legislativas. Nessa relação, estabeleceu-se um contrato de abertura entre o político, o público e os jornais. O cidadão não costuma participar das sessões legislativas, mas o fato de saber que a sessão está aberta à participação pública lhe atribui o crédito de poder testemunhar ou mesmo verificar a veracidade dos acontecimentos. Seja por meio do jornal, seja por meio de um político, seja por meio de outro cidadão presente.

Bentham (2011) pondera, no entanto, que a publicidade está relacionada à estabilidade das instituições e a períodos de calma e segurança, ou seja, em períodos de guerra, por exemplo, quando se instalam ameaças e instabilidades, a publicidade acaba por ser suspensa em nome da proteção da nação em relação a interesses inimigos. Essa relação entre o poder e a imprensa e os movimentos de aproximação e afastamento, de publicidade e ocultação, de espontaneidade e interesse, pode ser ilustrada na linha do tempo de guerras americanas e o papel dos jornalistas na narração dos fatos, como apresentamos na pesquisa bibliográfica.

A pesquisa mostrou que o próprio jornalismo passou por um desencanto de mundo no início do século XX. Entre a Guerra Civil americana e a Primeira Guerra Mundial, se moldou uma estruturação da imprensa como prestadora de serviço público capaz de produzir informação com valor social e comercial separada de partidos políticos. Para forjar a padronização de linguagem, adotaram-se elementos como a busca da verdade, a verificação e o espelho da realidade. Como Traquina (2018) destaca, nesse período, o jornalismo era associado à fotografia como retrato da realidade, associado à objetividade, não em negação à subjetividade, mas como diferenciação da opinião. No entanto, a organização de outra profissão do campo da Comunicação Social, a de relações públicas, colocou em xeque a verdade jornalística. Com o surgimento do relações públicas e do assessor de imprensa, os fatos começaram a ganhar outras versões, a atender a interesses específicos e a influenciar o jornalismo. Também a organização da publicidade e propaganda – pilar de sustentação da imprensa – passou a ser outro canal de influência e defesa de argumentações, em especial, a propaganda de guerra.

Na época em que houve a criação de faculdades de jornalismo, uma nova geração de profissionais se formou mais consciente das limitações e também das potencialidades da imprensa. O desencanto em relação à verdade como espelho do real foi impulsionador da qualificação do jornalista, seja em busca de uma deontologia da profissão por meio do estudo

e formação, seja por meio de práticas que o permitam não apenas relatar os fatos o mais próximo possível da realidade, mas também interpretar os fatos com informação de contexto, com motivos para a sociedade agir, com questões paralelas desencadeadas pelos acontecimentos. Foi desta época também que surgiu nos EUA o termo *muckraking* para designar o que veio a se chamar jornalismo investigativo, ou seja, prática de jornalistas e escritores em investigação e exposição pública de irregularidades e má administração do governo.

Os movimentos históricos entre o poder e a imprensa, ora de aproximação, ora de afastamento, de publicidade e de ocultação, de parceria (Iraque) e de adversariedade (Vietnã) foram acompanhados pela evolução tecnológica. À medida que a internet foi estruturando espaços para publicização de dados por diversos atores, da iniciativa privada ao setor público, a pressão pela transparência reforçou o discurso dos jornalistas identificados com aqueles praticantes do *muckraking* no início do século XX. As leis de transparência e o acesso abundante a dados forjaram não apenas características específicas de jornalismo digital, mas de práticas de jornalismo de dados como a reportagem assistida por computadores, o jornalismo guiado por dados e o jornalismo computacional. Eles englobam um conjunto de conceitos e práticas que fortalecem o jornalismo investigativo no ambiente digital.

Ao mapearmos a rede de jornalistas que fazem uso de dados públicos no Brasil para produzir modalidades comunicativas, conseguimos identificar que os praticantes deste tipo de reportagem forjam características específicas de formatos e de temas que conformam o *ethos* de vigilantes do poder e o papel de mediadores do debate público. O grupo de entrevistados que colaborou com a pesquisa nos permitiu elaborar as tipologias de modalidades comunicativas que melhor representam o uso de dados públicos para este grupo. E também nos permitiu confirmar que a maior parte deles se percebe como fiscal do poder. Assim como nos evidenciou, por meio das temáticas abordadas nas modalidades comunicativas, que a percepção é corroborada pela indicação mais frequente de pautas do campo político. Os temas sensíveis e vitais também são considerados de interesse público, mas corrupção, eleições, finanças são uma forma mais evidente de vigilância dos atos políticos e dos homens públicos.

Observamos ainda que o grupo indicou trabalhos realizados nos anos 1990 como referência em jornalismo com o uso de dados públicos. Na época, os repórteres acessaram as informações nos computadores dos próprios órgãos públicos como o Tribunal Superior Eleitoral e a Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro. Ou seja, a investigação jornalística possuía o consentimento dos setores de assessoria de imprensa e de relações públicas. Foi o caso da reportagem da Folha de S. Paulo “Deputados empregam 315 parentes”, publicada em

1999 e com autoria de Lucio Vaz, que provocou o debate público sobre o nepotismo no poder público e provocou a publicação da Súmula Vinculante número 13 pelo Supremo Tribunal Federal e um decreto executivo para coibir a contratação de parentes. O jornalismo cumpriu, neste caso, por meio da publicização de dados públicos, o papel social de mediar o debate público e provocar os poderes à ação.

Com a Lei de Acesso à Informação, qualquer cidadão, inclusive o jornalista, pode acessar dados públicos desde que não estejam classificados como sigilosos ou secretos. Apesar da legislação estar em vigor desde 2012, ainda hoje governos executivos e o judiciário apresentam dificuldade para se adaptar aos ditames da norma. Tanto que entre as modalidades comunicativas com o uso de dados públicos indicadas pelos jornalistas, os mesmos citaram reportagens que abordam explicitamente o descumprimento da lei como esta do jornal O Globo “Lei de acesso desrespeitada por órgãos do governo” (LEALI, 10 maio 2016) ou como parte da narrativa em “A mão invisível do BNDES na América Latina”, produzida pelo Brio, que revela a dificuldade do repórter em conseguir acesso aos documentos sobre os financiamentos de empresas brasileiras no Exterior. Neste caso, a disputa de argumentação entre o poder e o jornalismo se dá por meios digitais, com o uso dos recursos legais e argumentações para solicitar acesso à informação. A mediação, em vez de se dar pela assessoria de imprensa do órgão público, se dá pelo serviço de acesso à informação (e-SIC). É como uma transferência de responsabilidade que torna mais impessoal a solicitação, mas também menos suscetível a troca de favores.

Quanto ao acesso aos dados, observamos que os jornalistas usam com mais frequência os portais de transparência ativa ou a solicitação via e-SIC, sendo o recurso mais usado pela rede de respondentes. O estudo indica também que o recurso de acesso a documentos vazados e em off se mantém uma prática recorrente. Na preferência deste grupo tem menos relevância a busca pela assessoria de imprensa e audiências públicas.

O predomínio da tematização de abordagens de pautas políticas nas modalidades comunicativas estudadas dialoga com Träsel (2014) na percepção de que as abordagens mais frequentes de pauta com dados públicos diversificam pouco, centrando fogo no núcleo de poder do Executivo e Legislativo, em órgãos com estruturas de assessoria de imprensa bem evoluídas. No entanto, pudemos perceber um amadurecimento no uso das técnicas de jornalismo guiado por dados nos últimos anos, o que indica um potencial de diversificação temática e autonomia jornalística.

Ao tipificarmos as modalidades comunicativas em estática, interativa, multimídia e personalizada, pudemos evidenciar que as modalidades que utilizam mais recursos digitais são as personalizadas. Ferramentas digitais desenvolvidas com programação para a internet a partir do acesso e manipulação da íntegra de arquivos de dados públicos permitem uma experiência mais individualizada pelo leitor, que pode fazer o seu próprio recorte da informação e utilizá-la para sua tomada de decisão. É o caso do especial Políticos do Brasil, do portal Poder 360, por meio do qual o cidadão pode navegar pelo histórico dos desempenhos dos candidatos em uma série histórica para ajudar na escolha do voto para as eleições de 2018 no Brasil. Também o Ruralômetro, da ONG Repórter Brasil, que permite ao eleitor monitorar o desempenho dos deputados e senadores em proposições de projetos e votações no Legislativo.

Observamos na interpretação dos objetos empíricos que o poder Legislativo é aquele que é mais abordado pelos jornalistas para a produção de ferramentas digitais com manipulação de dados públicos. Acreditamos que tenha relação com o fato de o Congresso Nacional ter desenvolvido mais a cultura da transparência em relação aos outros poderes, Executivo e Judiciário. O fato de os dados estarem disponíveis aumenta a probabilidade de publicidade jornalística e promoção do debate público.

Portanto, acreditamos que o papel do jornalismo de fiscal do poder e do jornalista como mediador do debate público só pode estar reforçado em regimes democráticos com instituições fortes e vigilantes entre si, pois torna-se impossível a mediação daquilo que não pode ser acessado. O acesso à informação pública pelo jornalista e o conhecimento de manipulação e interpretação dos dados é requisito para que o jornalismo possa seguir cumprindo a essência de traduzir os temas de interesse público de forma universal, atual e com periodicidade para qualificar o debate democrático sobre o mundo diante do cidadão.

A tese evidenciou que o resgate das características essenciais da ciência do jornal associado às modalidades comunicativas com o uso de dados públicos é qualificadora do jornalismo no digital, pois o protege dos constrangimentos provocados pelo ambiente eivado pela circulação algorítmica, pressionado pela instantaneidade das mensagens, da apuração, da publicação, do consumo e pela precipitação provocada pela velocidade. As modalidades comunicativas com o uso de dados públicos também são qualificadoras do *ethos* da profissão, pois as novas práticas provocaram a relação em rede de troca e compartilhamento de conhecimentos entre o grupo de praticantes reforçando valores e promovendo o interesse público.

Acreditamos ainda que as modalidades comunicativas com o uso de dados públicos têm um potencial de expansão para a prática e para os estudos do campo do jornalismo. Muitas questões foram suscitadas e podem ser objetos de novos estudos para aprofundar o conhecimento na área. Interessa observar como as redações vão abordar as questões de temas sensíveis no Brasil, pois há um potencial inexplorado de debates públicos passíveis de serem trabalhados com bases de dados. Também é interessante estudar como se dá a circulação dos temas a partir das modalidades comunicativas em sites de redes sociais e o acionamento de diferentes atores da rede de comunicação pública no debate. Outro tema com potencial de pesquisa é como a inteligência artificial associada a bases de dados públicos pode produzir modalidades comunicativas e qualificar o debate público. Também interessa a reprodução destes procedimentos metodológicos para outros grupos como assessores de imprensa para compreender como eles percebem o uso e apropriação de dados pelo jornalismo e ainda por jornalistas do centro-norte do país para mapear e analisar a prática dessas modalidades comunicativas em outras regiões. Essa tese e os estudos sugeridos neste derradeiro parágrafo são um voto de esperança e uma associação à crença de que alimentar o debate é provocar a discussão como substituta da guerra, pois a opinião pública instruída é um produto da democracia contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia Leal. **O Jornalista** - do mito ao mercado. Florianópolis: Insular, 2017.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. A mídia como “Poder Moderador”: uma perspectiva comparada. **Trabalho apresentado no XVII Encontro da Compós. São Paulo**, p. 3-6, 2008.
- _____, Afonso. Another ‘Fourth Branch’ Press and political culture in Brazil. **Journalism**, v. 6, n. 4, p. 486-504, 2005.
- ALENCASTRO, Catarina; LEALI, Francisco. Itamaraty propõe burlar lei para proteger Lula. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 jun. 2015. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/itamaraty-propoe-burlar-lei-para-protoger-lula-16423390>. Acesso em: 4 fev. 2019.
- ALVES, Rosental Calmon. **Reinventando o jornal na Internet**. Ceará, 2001. Palestra ministrada no encontro da Sociedade Interamericana de Imprensa em 13 mar. 2001. Disponível em: https://www.academia.edu/4739605/Reinventando_o_jornal_na_Internet?auto=download. Acesso em: 21 dez. 2018.
- ANDERSON, Christopher William; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo pós-industrial. adaptação aos novos tempos**. Revista de Jornalismo ESPM, Porto Alegre, n. 5, p. 30-89, maio/jun. 2013. Disponível em: http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf>. Acesso em: 26 maio. 2017.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **Nova Reunião: 23 livros de poesia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. **Relatório de desempenho da lei de acesso a informações públicas: avaliação, sugestão e críticas do uso da lei por jornalistas**. São Paulo: Abraji, 2013. Disponível em: <http://old.abraji.org.br/midia/arquivos/file1368697819.pdf>. Acesso em: 8 jan. 2018.
- BACCIN, Alciane; BRENOL, Marlise Viegas; SOUZA, Maíra Evangelista. A realidade virtual como recurso imersivo no jornalismo digital móvel. *In*: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Portugal: LabCom, Universidade da Beira Interior, 2017. p. 265-287.
- BACCIN, Alciane Nolibos. **Como contar histórias?: o hipertexto jornalístico na reportagem hipermídia**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/158497/001021578.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 abr. 2018.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf. Acesso em: 5 abr. 2018.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João. (org.). **Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: LabCom, 2013. p. 33-54. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf. Acesso em: 5 abr. 2018.

BARBOSA, Suzana Oliveira; TORRES, Vitor. O paradigma Jornalismo digital em Base de Dados: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, n. 25, p. 152-164, jun. 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/10398/11381>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. **Australian Journalism Review**, v. 23, n.2, p.91-103, 2001.

BARROS, Samuel Anderson Rocha; SAMPAIO, Rafael Cardoso. A confiança para a manutenção de uma inovação democrática: o caso do orçamento participativo digital de Belo Horizonte. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, v. 22, n. 72, p. 151-172, maio/ago. 2017. Doi: <http://dx.doi.org/10.12660/cgpc.v22n72.60133>. Acesso em: 25 mar. 2018.

BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 9, n. 2, p. 284-298, 2012.

BASTOS, Helder. Ciberjornalismo, jornalismo e democracia. **Media & Jornalismo**, p. 93-105, 2015. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/81651>. Acesso em: 9 nov. 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho. **Jornalismo colaborativo em redes digitais: estratégia comunicacional no ciberespaço. O caso de Zero Hora.com**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/26098773/belochio-dissertacao-jordi-2009>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho. O movimento Pro-Am e a prática da colaboração nos meios informativos: especificidades do jornalismo colaborativo em redes digitais. **Verso e Reverso**, v. 24, n. 57, p. 134-144, set./dez., 2010. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/248/100>. Acesso em: 22 jun. 2018.

BENTHAM, Jeremy. Da publicidade. Tradução de Francisco Paulo Jamil Marques. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 6, 277-294, jul. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a11.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2018.

BERTOCCHI, Daniela. Gêneros no ciberjornalismo. In: MELO, Jose Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2010.

BIERNACKI, Patrick; WALDORF, Dan. Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. **Sociological Methods & Research**, v. 10, n. 2, p. 141-163, 1981.

BOTTREL, Rachel do Monte. **Uma análise dos usos da lei de acesso à informação no Brasil em notícias do período de 2013 a 2015**. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://repositorio.ibict.br/handle/123456789/870>. Acesso em: 12 fev. 2018.

BOTTREL, Rachel do Monte. A Contribuição do Acesso à Informação Pública para a Comunicação Pública no Brasil. **Comunicação Pública**, v. 13, n. 24, 2018.

BOYD, Danah. Streams of content, limited attention: The flow of information through social media. **Educause Review**, v. 45, n. 5, p. 26-36, set./oct. 2010. Disponível em: <https://er.educause.edu/-/media/files/article-downloads/erm1051.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2018.

BRADSHAW, Paul.; ROHUMAA, Liisa. **The Online Journalism Handbook**. Skills to survive in the digital age. Harlow, England: Pearson, 2011.

BRADSHAW, Paul. The inverted pyramid of data journalism. **Online Journalism Blog**, 2011. Disponível em: <https://onlinejournalismblog.com/2011/07/13/the-inverted-pyramid-of-data-journalism-part-2-6-ways-of-communicating-data-journalism/>. Acesso em: 25 fev. 2018.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 111-136.

BRASIL possui ao menos 58 mil autoridades, de 40 cargos, com foro especial. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 abri. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/04/brasil-possui-ao-menos-58-mil-autoridades-de-40-cargos-com-foro-especial.shtml>. Acesso em: 12 fev. 2019.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. Brasília, DF, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 27 out. 2018.

BRASIL. **Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990**. Dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8112cons.htm. Acesso em: 20 fev. 2019.

BRASIL. **Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991**. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8159.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Lei nº 9.507, de 12 de novembro de 1997.

Regula o direito de acesso a informações e disciplina o rito processual do *habeas data*. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/LEIS/L9507.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Lei Complementar 101, de 4 de maio de 2000. Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2000. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp101.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005. Regulamenta a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal e dá outras providências. Revogada pela Lei nº 12.527, de 2011. Brasília, DF: Presidência da República, 2005. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11111.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Decreto nº 7.203, de 4 de junho de 2010. Dispõe sobre a vedação do nepotismo no âmbito da administração pública federal. Brasília, DF: Presidência da República, 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7203.htm. Acesso em: 20 fev. 2019.

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. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Súmula Vinculante nº 13. A nomeação de cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, da autoridade nomeante ou de servidor da mesma pessoa jurídica investido em cargo de direção, chefia ou assessoramento, para o exercício de cargo em comissão ou de confiança ou, ainda, de função gratificada na administração pública direta e indireta em qualquer dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, compreendido o ajuste mediante designações recíprocas, viola a Constituição Federal. Brasília, DF: Supremo Tribunal Federal, [2008]. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudencia/menusumario.asp?sumula=1227>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BRASIL. Lei Complementar nº131, de 27 de maio de 2009. Acrescenta dispositivos à Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Brasília, DF: Presidência da República, 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp131.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Lei Complementar nº 156, de 28 de dezembro de 2016. Estabelece o Plano de Auxílio aos Estados e ao Distrito Federal e medidas de estímulo ao reequilíbrio fiscal; e altera a Lei Complementar nº 148, de 25 de novembro de 2014, a Lei nº 9.496, de 11 de setembro de

1997, a Medida Provisória nº 2.192-70, de 24 de agosto de 2001, a Lei nº 8.727, de 5 de novembro de 1993, e a Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp156.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. **Decreto nº 9.690, de 23 de janeiro de 2019**. Altera o Decreto nº 7.724, de 16 de maio de 2012, que regulamenta a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 - Lei de Acesso à Informação. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9690.htm. Acesso em: 18 dez. 2018.

BRASIL. Controladoria-Geral da União. **Portal da Transparência**. Brasília, DF: Governo Federal, 2019. Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BRASIL. **E-SIC – Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão**. Brasília, DF: Governo Federal, 2019. Disponível em: <https://esic.cgu.gov.br/sistema/site/index.aspx>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BREMBATTI, Katia. Os salários dos professores nas prefeituras: Uma pesquisa sobre o piso salarial dos docentes da rede municipal do Paraná. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 2018. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/politica/piso-salarial-dos-professores-do-parana/>. Acesso em: 21 jan. 2019.

BRENOL, Marlise Viegas. **Fórum Social Mundial: um espetáculo da sociedade e outro da mídia**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

BRENOL, Marlise Viegas. O impacto de algoritmos na autocomunicação de massa. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 1., 2017, São Leopoldo. **Anais... [...]**. São Leopoldo: Unisinos, 2017. Disponível em: <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminariointernacional/article/view/90>. Acesso em: 15 dez. 2018.

BRENOL, Marlise Viegas; SPECHT, Patrícia; DORNELLES, Beatriz. Interatividade em websites de jornais online no Brasil. **Revista Estudos de Jornalismo**, v. 2, n. 6, p. 120-137, abr. 2017. Disponível em: http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20170429-ej6_v2_2017.pdf. Acesso em: 15 dez. 2018.

BRIO. A mão invisível do BNDES na América Latina. **Medium/Brio**, 18 set. 2015. Disponível em: <https://medium.com/brio-stories/a-m%C3%A3o-invis%C3%ADvel-do-bndes-na-am%C3%A9rica-latina-81bfcd8154a9>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*. **Quarterly Journal of Media Research and Resources**, 107, p. 31-44, 2003.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: Collaborative online news production. Switzerland: Peter Lang, 2005.

BUBLITZ, Juliana. ZH Dados Eleições 2016. **Zero Hora/Clic RBS**, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://especiais.zh.clicrbs.com.br/especiais/dados-municipios/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

BUBLITZ, Juliana. Raio X das finanças do RS: como Rigotto, Yeda e Tarso administraram as contas. **GaúchaZH**, Porto Alegre, 28 set. 2018. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/09/raio-x-das-financas-do-rs-como-rigotto-yeda-e-tarso-administraram-as-contas-cjmkxaq7400cp01rxdlcp9xat.html>. Acesso em: 20 fev. 2019.

CAESAR, Gabriela; REIS, Thiago. Brasil registra quase 60 mil pessoas assassinadas em 2017. **Portal G1**, Rio de Janeiro, 22 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/brasil-registra-quase-60-mil-pessoas-assassinadas-em-2017.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2019.

CAFARDO, Renata; TOLEDO, Luiz Fernando. Homens tem 72% das mil melhores notas do Enem. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 14 jan. 2018. Desigualdade. Disponível em: <http://infograficos.estadao.com.br/educacao/enem/desigualdades-de-genero-e-raca/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

CANAVILHAS, João. **A internet como memória**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, BOCC, 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2018.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 3-24.

CANAVILHAS, João *et al.* Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, v. 23, n. 3, set./dez. 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24292/14688>. Acesso em: 11 fev. 2018.

CANAVILHAS, João; BACCIN, Alciane Nolibos. Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa hipermídia e imersão. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, p. 10-27, 2015. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/716/616>. Acesso em: 22 jun. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**. Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 1ª ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel; HAAK, Bregtje van der; PARKS, Michael. **The future of journalism: Networked journalism**. *International Journal of Communication*, v. 6, p. 2923-2938, 2012.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.

COHEN, Bernard C. **The press and foreign policy**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1963.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. **Matrizes**, v.5, n.2, p. 123-144, 2012.

COUTINHO, Felipe. Filho de Gilmar comprou cotas de faculdade por R\$ 12 milhões no mesmo dia de empréstimo do Bradesco. **BuzzFeed News**, 24 out. 2017. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/br/filipecoutinho/filho-de-gilmar-comprou-cotas-de-faculdade-por-r-12-milhoes>. Acesso em: 25 fev. 2019.

DAHLBERG, Lincoln. Re-constructing digital democracy: An outline of four ‘positions. **New Media & Society**, v. 13, n. 6, 855–872, feb. 2011. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444810389569>. Acesso em: 11 jul. 2018.
DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**, v. 6, n. 4, p. 442-464, 2005.

DA MATTA, Roberto. **Sumário Executivo: pesquisa diagnóstico sobre valores, conhecimento e cultura de acesso à informação pública no poder executivo federal brasileiro**. Brasil: Controladoria-Geral da União, Governo Federal, 2011. Disponível em: <http://www.acessoainformacao.gov.br/central-de-conteudo/publicacoes/arquivos/pesquisadiagnostico.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2018.

DEUZE, Mark. The professional identity of journalists in the context of convergence culture. **Observatorio (Obs*)**, v. 2, n. 4, 2008.

DEWES, João Osvaldo. **Amostragem em Bola de Neve e Respondent-Driven Sampling: uma descrição dos métodos**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Estatística) – Instituto de Matemática. Departamento de Estatística, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **A Functional Roadmap for Innovation in Computational Journalism**. School of Communication and Information, Rutgers University, 2010. Disponível em: <http://www.nickdiakopoulos.com/2011/04/22/a-functional-roadmap-for-innovation-in-computational-journalism/>. Acesso em: 7 mar. 2019.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **Cultivating the Landscape of Innovation in Computational Journalism**. CUNY Graduate School of Journalism and Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism, 2012. Disponível em: http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2012/05/diakopoulos_whitepaper_systematicinnovation.pdf. Acesso em: 12 jan. 2018.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **Algorithmic accountability reporting: On the investigation of black boxes**. Columbia Journalism School, Tow Center For Digital Journalism, 2013. Disponível em: http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/Algorithmic-Accountability-Reporting_final.pdf. Acesso em: 12 jan. 2018.

DRUDGE, Matt. Newsweek kills story on white house intern: 23-year old, former white house intern, sex relationship with president. **Drudge Report Archives**, 1998. Disponível em: http://drudgereportarchives.com/data/2002/01/17/20020117_175502_ml.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

DUTRA, Luma Poletti. **Direito à informação em pauta: os usos da lei de acesso por jornalistas**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/17909>. Acesso em: 20 dez. 2017.

DUTRA, Luma Poletti; PAULINO, Fernando Oliveira. Direito à informação em pauta: lei de acesso e jornais impressos. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 11, n. 21, p. 184-193, 2015. Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/586>. Acesso em: 20 fev. 2018.

ESTADÃO. Basômetro. **Estadão Dados**, São Paulo, 2019. Disponível em: <http://estadaodados.com/basometro/>. Acesso em: 18 fev. 2019

ESTEVES, João Pissarra. Internet e Democracia: Estado e Sociedade Civil perante os novos desafios da comunicação política. **Media & Jornalismo**, v. 10, p. 33-42, 2007.

_____, João Pissarra. Internet e comunicação política: um novo desafio à democracia. **Intexto**, n. 17, 2007.

ESTUDO inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 23 abr. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml>. Acesso em: 18 fev. 2019.

FAHMY, Shahira; JOHNSON, Thomas J. How we performed: Embedded journalists' attitudes and perceptions towards covering the Iraq War. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 82, n. 2, p. 301-317, 2005.

FENSTER, Mark. Transparency in search of a theory. **European Journal of Social Theory**, v. 18, n. 2, apr. 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1368431014555257#>. Acesso em: 22 mar. 2018.

FONSECA, Virgínia P. da Silveira. **Indústria de Notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

FRARE, Marcilene Aparecida Mangini. **A amplitude da lei de acesso à informação (LAI) analisada sob os interesses do Estadão**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2014. Disponível em: https://www1.unip.br/presencial/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic_marcileneaparecidamfrare.pdf. Acesso em: 10 jan. 2019.

GAZETA DO POVO. Gazeta produz série sobre o piso dos professores no Paraná. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 2018. Vídeo (2 min 5 seg). Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/politica/piso-salarial-dos-professores-do-parana/>.

Acesso em: 21 jan. 2018.

GENTILLI, Victor; SABINO, Ana Carolina de Angeli. A cobertura jornalística no segundo ano da Lei de Acesso à Informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 12., 2014, Santa Cruz do Sul. **Anais...** [...]. Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2014.

GERALDES; Elen; SOUSA, Janara. O impacto da lei de acesso à informação nas rotinas produtivas do jornalismo brasileiro. **Revista Eptic**, v. 18, n. 3, p. 7-18, 2016. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/5799>. Acesso em: 22 fev. 2018.

GERALDES; Elen; SOUSA, Janara; NEGRINI, Vanessa. O impacto da lei de acesso à informação nas relações entre os jornalistas e as assessorias de imprensa governamentais. In: COMPOLÍTICA - Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 7., 2017, Porto Alegre. **Anais...** [...]. Rio de Janeiro: COMPOLITICA, 2017. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2017/06/GERALDES-et-al.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2018.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, n. 27, ago. 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3323/2581>. Acesso em: 25 jul. 2018.

GOMES, Wilson. Democracia digital: que democracia. In: II ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 5., Belo Horizonte. **Anais...** [...]. UFMG: Belo Horizonte, 2007. Não paginado. Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/gt_ip-wilson.pdf. Acesso em: 22 fev. 2018.

GOMES, Wilson. Jornalismo e Interesse Público. In: GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Insular: Florianópolis, 2009. p. 67-87.

GOMES, Wilson; AMORIM, Paula Karini; ALMADA, Maria Paula. Novos desafios para a ideia de transparência pública. In: VI CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 6., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** [...]. Rio de Janeiro: Compolítica, 2015. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1446/1847>. Acesso em: 22 jun. 2018.

GONÇALVES, Francisco Eduardo; STACCIARINI, Isa Coelho; NASCIMENTO, Solano. O uso da LAI por jornalistas: uma análise de requerentes, pedidos e respostas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 15, n. 2, p. 130-140, 2018.

GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy; BOUNEGRU, Liliana. **The data journalism handbook: how journalists can use data to improve the news**. Massachusetts: O'Reilly Media, 2012. Disponível em: <https://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>. Acesso: 15 dez. 2017.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, may, 1973. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/2776392?seq=1#page_scan_tab_contents. Acesso em: 15 mar. 2019.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HAMILTON, Jame. T.; TURNER, Fred. **Accountability Through Algorithm: Developing the Field of Computational Journalism**. Center For Advanced Study in the Behavioral Sciences Summer Workshop, Stanford University, 2009. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~fturner/Hamilton%20Turner%20Acc%20by%20Alg%20Final.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2018.

HANNEMAN, Robert A.; RIDDLE, Mark. **Introduction to social network methods**. 2005. *E-book*. Disponível em: http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/Introduction_to_Social_Network_Methods.pdf. Acesso em: 2 maio. 2018.

HARTMANN, Marcel. Casamentos caíram pela metade no RS de 2015 para 2018, seguindo tendência nacional. **GaúchaZH**, Porto Alegre, 9 jan. 2019. Comportamento. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2019/01/casamentos-cairam-pela-metade-no-rs-de-2015-para-2018-seguindo-tendencia-nacional-cjqochrs0q4m01pixreh2z0p.html>. Acesso em: 22 fev. 2019.

HUGHES, Everett C. Professions. **Daedalus**, v. 92, n. 4, p. 655-668, 1963.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Microdados. **Inep**, Ministério da Educação, 2019. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/microdados>. Acesso em: 5 mar. 2019.

KANT, Immanuel. **A paz perpétua: Um projecto filosófico**. Tradução de Artur Mourão, 1795. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/186q4L_KqsPTCVHtN4ctl-kpm3TE7TE0m/view?usp=sharing. Acesso em: 22 nov. 2018.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LASSWELL, Harold D. The theory of political propaganda. **American Political Science Review**, v. 21, n. 3, p. 627-631, 1927.

LEALI, Francisco. Lei de acesso é desrespeitada por órgãos do governo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 maio 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/lei-de-acesso-desrespeitada-por-orgaos-do-governo-16110382>. Acesso em: 12 fev. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Daniel. Os órgãos com transporte recusado e os voos das autoridades. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 jun. 2016. Disponível em: <https://infograficos.oglobo.globo.com/brasil/os-orgaos-com-transporte-recusado-e-os-voos-das-autoridades.html>. Acesso em: 28 jan. 2019.

LIPPMANN, Walter. Notícia, verdade e uma conclusão. In: BERGER, Cristha; MARROCO, Beatriz. **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 137-158.

MAGALHÃES, Ana *et al.* Ruralômetro: medindo a febre ruralista dos deputados. **Repórter Brasil**, 2019. Disponível em: <https://ruralometro.reporterbrasil.org.br/>. Acesso em: 22 fev. 2019.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Massachusetts: MIT Press, 2001.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. London: A&C Black, 2013.

MARGETTS, Helen. The internet and transparency. **The Political Quarterly**, v. 82, n. 4, p. 518-521, 2011.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Internet e Transparência Política. In: MENDONÇA, R. F.; FILGUEIRAS, F.; PEREIRA, M. A. (Org.). **Democracia Digital: Publicidade, Instituições e Confronto Político**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2016. p. 55-78. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1GBFKC9Kv-HuRRPdU7mtJw59f0BjkiAEt/view>. Acesso em: 30 jun. 2018.

MENDEL, Toby. **Liberdade de informação: um estudo de direito comparado**. Brasília: UNESCO, 2009. Disponível em: <http://www.acessoainformacao.gov.br/central-de-conteudo/publicacoes/arquivos/liberdade-informacao-estudo-direito-comparado-unesco.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2017.

MENEGAT, Rodrigo; LAGO, Cecília. Como votou sua vizinhança? Explore o mapa mais detalhada das eleições. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 27 out. 2018. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/politica,como-votou-sua-vizinhanca-explore-o-mapa-mais-detalhado-das-eleicoes,935858>. Acesso em: 22 fev. 2019.

MEYER, Philip. **Precision Journalism**. A Reporter's Introduction to Social Science Methods. New York: Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**. Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf. Acesso em: 15 dez. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003a. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jordi/wp-content/uploads/2016/05/Jornalismo-na-Web-uma-contribui%C3%A7%C3%A3o-para-o-estudo-do-formato-da-not%C3%ADcia-na-escrita-hipertextual.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003b. p. 37-54.

MIELNICZUK, Luciana. Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre. **Anais...**[...]. São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33239839420892013900619660266793099419.pdf>. Acesso em: 25 maio 2018.

MIELNICZUK, Luciana *et al.* Vinte anos de Zero Hora na internet:(1995-2015). In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 10., 2015, Porto Alegre. **Anais...** [...]. Porto Alegre: Alcar, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/132762?locale-attribute=en>. Acesso em: 15 dez. 2018.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web**: produção e edição de notícias online. São Paulo: Senac, 2002.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. News as purposive behavior: On the strategic use of routine events, accidents, and scandals. **American Sociological Review**, v. 39, n. 1, p. 101-112, 1974.

MOURA, Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015.

NAPOLI, Philip M. **Audience Evolution**: New Technologies and the Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University Press, 2011.

NAPOLI, Philip M. **The Algorithm as Institution**: Toward a Theoretical Framework for Automated Media Production and Consumption. Fordham University Schools of Business Research Paper, 2013. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2260923. Acesso em: 22 maio 2018.

NAPOLI, Philip M. On Automation in Media Industries: Integrating Algorithmic Media Production into Media Industries Scholarship. **Media Industries**, v.1, n.1, 2014. Disponível em: <https://quod.lib.umich.edu/m/mij/15031809.0001.107?view=text;rgn=main>. Acesso em: 26 jun. 2018.

NASCIMENTO, Ana Claudia. **Disciplina de Ética e Legislação em Jornalismo**. Porto Alegre: PUCRS, 1997.

NASCIMENTO, Solano; RODRIGUES, Georgete Medleg; KRAEMER, Luciana. A utilização da Lei de Acesso à Informação pela imprensa: análise dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo. **Rumores**, v. 9, n. 18, p. 225-248, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/97261/107025>. Acesso em: 12 fev. 2018.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NETO, Olímpio Cruz *et al.* Eleição S/A – Folha revela como empreiteiras e bancos financiam o jogo eleitoral. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, ano 75, nº 24.294, 8 out. 1995. Especial, p. 1.

Disponível em:

<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=12935&anchor=4737844&origem=busca&pd=9287fbf8d21434415f65d1fdf790ae27>. Acesso em: 25 fev. 2019.

O GLOBO. **Memória:** A história do jornal O Globo desde a sua fundação. O Globo, 2019. Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/jornalismo/premios-jornalisticos/os-homens-de-bens-da-alerj-8876006>. Acesso em: 25 fev. 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.** Rio de Janeiro: UNIC, 2009. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2018.

OS HOMENS de bens da Alerj. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano IXXIX, nº 25.885, 20 jun. 2004. Especial Eleições, p. 22. Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/jornalismo/premios-jornalisticos/os-homens-de-bens-da-alerj-8876006>. Acesso em: 20 jun. 2018.

PALACIOS, Marcos *et al.* Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro. In: Seminário da REDECOM, 2002, Salvador. **Anais...** [...]. UFBA: Salvador, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf. Acesso em: 11 fev. 2018.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória.** Modelos do jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. **Matrizes**, v. 4, n. 1, p. 37-50, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38274>. Acesso em: 12 maio 2018.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARK, Robert E. Notícia e poder da imprensa. In: BERGER, Christa.; MAROCCO, Beatriz. **A Era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa.** Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-82.

PAVLIK, John V. News framing and new media: Digital tools to re-engage an alienated citizenry. In: REESE, Stephen D.; GANDY JR., Oscar H.; GRANT, August E. (orgs.). **Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world.** New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001. p. 311-321.

PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación.** Paidós Iberica: Ediciones SA, 2005. Não paginado.

PAVLIK, John. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: LabCom, 2014. p. 159-184.

PELLANDA, Eduardo Campos *et al.* Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: Fases do jornalismo móvel ubíquo e suas características. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio.** Covilhã:

LabCom, 2017. p. 197-218. *E- book*. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/livro/289>. Acesso em: 25 jun. 2018.

PIOTROWSKI, Suzanne J.; VAN RYZIN, Gregg G. (2007). Citizen Attitudes Toward Transparency in Local Government. **The American Review of Public Administration**, v. 37, n. 3, p. 306–323, 2007. Doi: <https://doi.org/10.1177/0275074006296777>. Acesso em: 25 mar. 2018.

PODER 360. Agregador de pesquisas. **Poder 360**, Brasília, 2019a. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/pesquisas-de-opiniao/>. Acesso em: 21 jan. 2019.

PODER 360. Políticos do Brasil. **Poder 360**, Brasília, 2019b. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/politicos-do-brasil/>. Acesso em: 21 jan. 2019.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, v. 2, n. 25, p. 130-146, dez., 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/24309/14486>. Acesso em: 12 abr. 2018.

RAMOS, Daniela Osvald. **A expansão do jornalismo para o ambiente numérico**. Curitiba: Appris, 2016.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RESENDE, Leandro; BECKER, Clara. Quem são os 116 “fiéis escudeiros” do presidente Michel Temer?. **Agência Lupa/Revista Piauí**, São Paulo, 4 ago. 2017. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/08/04/116-fieis-escudeiros-temer/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João. (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramon. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 25-52.

SAMPAIO, Rafael Cardoso. Participação política e os potenciais democráticos na internet. **Revista Debates**, v. 4, n. 1, p. 29-53, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/2898>. Acesso em: 10 jul. 2018.

SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo**. Brasília: Casa das Musas, 2005.

SASSINE, Vinicius. Sistema de transplantes no Brasil sofre com falta de transporte aéreo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 jun. 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/sistema->

de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859. Acesso em: 28 jan. 2019.

SCHUDSON, Michael. **Why democracies need an unlovable press**. Malden: Polity Press, 2008.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SILVA, Silvano Pereira da; SAMPAIO, Rafael Cardoso; BRAGATO, Rachel Callai. **Democracia digital, comunicação política e redes**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. Jornalismo ubíquo e smartphones: uma análise de potencialidades nos jornais El País e O Estado de S. Paulo. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 15, n. 28, p. 156-166, 2018. Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/1157/555>. Acesso em: 26 maio 2018.

SHIRKY, Clay. **Here comes everybody**: The power of organizing without organizations. London: Penguin, 2008.

SPLICHAL, Slavko. Publicness, Publicity. In: JENSEN, K. B.; ROTHENBUHLER, E. W.; POOLEY, J. D.; CRAIG, R. T. **The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy**. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2016. Doi: DOI: 10.1002/9781118766804.wbiect031. Acesso em: 26 mar. 2018.

STAVELIN, Erik. **Computational journalism**: when journalism meets programming. 2013. Thesis. Department of Information Science and Media Studies, University of Bergen, Norway, 2013a. Disponível em: <http://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/7926/dr-thesis-2013-Eirik-Stavelin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 mar. 2018.

STAVELIN, Erik. **Samstemmer.net**. 2013b. Vídeo (3 min 20 seg). Disponível em: <https://vimeo.com/63642728>. Acesso em: 20 mar. 2018.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao vento, análise de um conglomerado jornalístico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2018.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Entrevistando planilhas**: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4590/1/461784.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2018.

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petropolis: Vozes, 2002.

TOLEDO, José Roberto de; SALDAÑA, Paulo; BURGARELLI, Rodrigo. Gasto com Fies cresce 13 vezes e chega a R\$ 13,4 bi, mas ritmo de matrículas cai. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 15 fev. 2015. Disponível em: <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,gasto-com-fies-cresce-13-vezes-e-chega-a-r-13-4-bi-mas-ritmo-de-matriculas-cai-imp-,1634714>. Acesso em: 2 fev. 2019.

TUCHMAN, Gay. **Making News**. New York: Free Press, 1978.

URICCHIO, William. The algorithmic turn: Photosynth, augmented reality and the changing implications of the image. **Visual Studies**, v. 26, n. 1, p. 25-35, 2011. Doi: <https://doi.org/10.1080/1472586X.2011.548486>. Acesso em: 5 abr. 2018.

VAZ, Lucio. Deputados empregam 315 parentes. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 out. 1999. Disponível em: Acesso em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1710199917.htm>. Acesso em: 15 fev. 2019.

VELASCO, Clara; CAESAR, Gabriela; REIS, Thiago. As mortes violentas mês a mês no país. **Portal G1**, Rio de Janeiro, 8 mar. 2019. Disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/monitor-da-violencia/2018/mortes-violentas-no-brasil/#!/dados-mensais>. Acesso em: 8 mar. 2019.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203-220, ago./dez. 2014. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/tematicas/article/view/2144/1637>. Acesso em: 14 abr. 2018.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: PFEIFER, Marja Coelho; LOCATELLI, Carlos (orgs.). **Comunicação pública e política: pesquisa e prática**. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer. Entre jornalismo e poderes. In: SILVA, Gislene; KUNSCH, Dimas; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso. **Jornalismo contemporâneo, figurações, impasses e perspectivas**. Brasília: EDUFBA, Compós, 2011.

WILLIAMS, Bruce A.; CARPINI, Michael X. Delli. Unchained reaction: The collapse of media gatekeeping and the Clinton–Lewinsky scandal. **Journalism**, v. 1, n. 1, p. 61-85, 2000.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois: uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ZAGO, Gabriela da Silva; SILVA, Ana Lúcia Migowski da. Jornalismo e Mídias Sociais: A representação da memória coletiva através das apropriações no especial multimídia# memorial1109. **Contemporânea- Revista de Comunicação e Cultura**, v. 11, n. 1, p. 112-129, 2013.

ZELIZER, Barbie. CNN, the Gulf War, and journalistic practice. **Journal of Communication**, v. 42, n. 1, p. 66-81, 1992.

ZELIZER, Barbie. On “having been there”: “Eyewitnessing” as a journalistic key word. **Critical Studies in Media Communication**, v. 24, n. 5, p. 408-428, 2007.

ANEXOS

ANEXO I – TERMOS DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, **Daniel Bramatti**, estou sendo convidado(a) a participar de estudo que tem por objetivo **mapear e analisar as modalidades comunicativas do jornal na internet por jornalistas, quando fazem uso de dados públicos**, para fins de elaboração da tese de doutorado de **autoria de Marlise Brenol**, intitulada **Transparência Digital e Análise de Redes do Jornalismo**, sob orientação da **Prof. Dra. Maria Helena Weber**, vinculada ao **Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**.

Autorizo a utilização de informações e dados obtidos através de questionário, por mim preenchido, e tenho ciência de que terei livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre essa pesquisa. Entendo que a minha participação não representará qualquer risco de ordem física, psicológica ou institucional, sendo que as informações fornecidas terão a privacidade restrita à tese e garantida pelos pesquisadores responsáveis, devidamente identificados pelo CV Lattes.

Diante do exposto, também **autorizo a referência explícita ao meu nome** no corpo da tese.

Porto Alegre, 20 de março de 2019

Daniel Bramatti

Nome do/a entrevistado /a

Assinatura

De acordo:

Marlise Brenol
Me. Prof. Marlise Brenol, doutoranda
<http://lattes.cnpq.br/7334957739147786>

Maria Helena Weber
Prof. Dra. Maria Helena Weber, orientadora
<http://lattes.cnpq.br/6567845958203279>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu JULIANA BUBLITZ

estou sendo convidado(a) a participar de estudo que tem por objetivo **mapear e analisar as modalidades comunicativas do jornal na internet por jornalistas, quando fazem uso de dados públicos**, para fins de elaboração da tese de doutorado de autoria de **Marlise Brenol**, intitulada **Transparência Digital e Análise de Redes do Jornalismo**, sob orientação da **Prof. Dra. Maria Helena Weber**, vinculada ao **Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**.

Autorizo a utilização de informações e dados obtidos através de questionário, por mim preenchido, e tenho ciência de que terei livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre essa pesquisa. Entendo que a minha participação não representará qualquer risco de ordem física, psicológica ou institucional, sendo que as informações fornecidas terão a privacidade restrita à tese e garantida pelos pesquisadores responsáveis, devidamente identificados pelo CV Lattes.

Diante do exposto, também **autorizo a referência explícita ao meu nome** no corpo da tese.

Porto Alegre, 20 de março de 2019

JULIANA BUBLITZ

Nome do/a entrevistado /a

Juliana Bublitz

Assinatura

De acordo:

Marlise Brenol

Me. Prof. Marlise Brenol, doutoranda

<http://lattes.cnpq.br/7334957739147786>

Maria Helena Weber

Prof. Dra. Maria Helena Weber, orientadora

<http://lattes.cnpq.br/6567845958203279>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, **Katia Cilene Brembatti**, RG 6.247.741-5, estou sendo convidada a participar de estudo que tem por objetivo **mapear e analisar as modalidades comunicativas do jornal na internet por jornalistas, quando fazem uso de dados públicos**, para fins de elaboração da tese de doutorado de **autoria de Marlise Brenol**, intitulada **Transparência Digital e Análise de Redes do Jornalismo**, sob orientação da **Prof. Dra. Maria Helena Weber**, vinculada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Autorizo a utilização de informações e dados obtidos através de questionário, por mim preenchido, e tenho ciência de que terei livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre essa pesquisa. Entendo que a minha participação não representará qualquer risco de ordem física, psicológica ou institucional, sendo que as informações fornecidas terão a privacidade restrita à tese e garantida pelos pesquisadores responsáveis, devidamente identificados pelo CV Lattes.

Diante do exposto, também **autorizo a referência explícita ao meu nome** no corpo da tese.

Porto Alegre, 20 de março de 2019

KATIA CILENE BREMBATTI
Nome do/a entrevistado /a

Katia Cilene Brembatti
Assinatura

De acordo:

Marlise Brenol
Me. Prof. Marlise Brenol, doutoranda
<http://lattes.cnpq.br/7334957739147786>

Maria Helena Weber
Prof. Dra. Maria Helena Weber, orientadora
<http://lattes.cnpq.br/6567845958203279>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu CRISTINA TARDAVILA FERREIRA

estou sendo convidado(a) a participar de estudo que tem por objetivo **mapear e analisar as modalidades comunicativas do jornal na internet por jornalistas, quando fazem uso de dados públicos**, para fins de elaboração da tese de doutorado de autoria de **Marlise Brenol**, intitulada **Transparência Digital e Análise de Redes do Jornalismo**, sob orientação da **Prof. Dra. Maria Helena Weber**, vinculada ao **Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**.

Autorizo a utilização de informações e dados obtidos através de questionário, por mim preenchido, e tenho ciência de que terei livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre essa pesquisa. Entendo que a minha participação não representará qualquer risco de ordem física, psicológica ou institucional, sendo que as informações fornecidas terão a privacidade restrita à tese e garantida pelos pesquisadores responsáveis, devidamente identificados pelo CV Lattes.

Diante do exposto, também **autorizo a referência explícita ao meu nome** no corpo da tese.

Porto Alegre, 20 de março de 2019

CRISTINA TARDAVILA FERREIRA
Nome do/a entrevistado /a

Marlise Brenol
Assinatura

De acordo:

Marlise Brenol
Me. Prof. Marlise Brenol, doutoranda
<http://lattes.cnpq.br/7334957739147786>

Maria Helena Weber
Prof. Dra. Maria Helena Weber, orientadora
<http://lattes.cnpq.br/6567845958203279>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu CARLOS ROBERTO FIALHO ETCHICHURY JR.

estou sendo convidado(a) a participar de estudo que tem por objetivo **mapear e analisar as modalidades comunicativas do jornal na internet por jornalistas, quando fazem uso de dados públicos**, para fins de elaboração da tese de doutorado de **autoria de Marlise Brenol**, intitulada **Transparência Digital e Análise de Redes do Jornalismo**, sob orientação da **Prof. Dra. Maria Helena Weber**, vinculada ao **Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**.

Autorizo a utilização de informações e dados obtidos através de questionário, por mim preenchido, e tenho ciência de que terei livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre essa pesquisa. Entendo que a minha participação não representará qualquer risco de ordem física, psicológica ou institucional, sendo que as informações fornecidas terão a privacidade restrita à tese e garantida pelos pesquisadores responsáveis, devidamente identificados pelo CV Lattes.

Diante do exposto, também **autorizo a referência explícita ao meu nome** no corpo da tese.

Porto Alegre, 20 de março de 2019

CARLOS ETCHICHURY
 Nome do/a entrevistado/a

Assinatura

De acordo:

Marlise Brenol
Me. Prof. Marlise Brenol, doutoranda
<http://lattes.cnpq.br/7334957739147786>

Maria Helena Weber
Prof. Dra. Maria Helena Weber, orientadora
<http://lattes.cnpq.br/5557945059202270>

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – PLANILHA DE ANÁLISE DO *CORPUS*

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Respondente	Título	Tipo	Formato	Tema	Subtema	Excluído	link	Veículo	Fonte	NA
2	R4						Atlas do Jornalismo	https://www.atlas.jor.br/	NA		
3	R4	Pesquisas de Opinião	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Eleições		https://www.poder360.com.br/pesquisas-de-opiniaao/	Poder 360	TSE	
4	R4	Farra dos verbetes	Multimídia	Longform	Política	Executivo Federal		https://piaui.folha.uol.com.br/farra-dos-verbetes/	FSP	Brwikiedits	
5	R4	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha	FSP	Enem Inep	
6	R4	Inadimplência do Fies dobra desde 2014, e 41% não pagam as parcelas há mais de três meses	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://g1.globo.com/educacao/noticia/inadimplencia-do-fies-dobra-desde-2014-e-41-nao-pagam-as-parcelas-ha-mais-de-tres-meses.ghtml	O Globo	MEC Fies	
7	R4	Brasil possui ao menos 58 mil autoridades, de 40 cargos, com foro especial	Multimídia	Notícia textual	Política	Judiciário		https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/04/brasil-possui-ao-menos-58-mil-autoridades-de-40-cargos-com-foro-especial.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=comptw	FSP	Conselho Nacional de Justiça e portais de transparência municipais e estaduais	
8	R1						Maior rede pro-Bolsonaro é excluída após denúncia do Estado	https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,maior-rede-pro-bolsonaro-do-facebook-e-excluida-apos-denuncia-do-estado,70002558430	Estadão		
9	R1	No Enem, 1 a cada 4 alunos de classe média triunfa. Pobres são 1 a cada 600	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www.estadao.com.br/infograficos/educacao,no-enem-1-a-cada-4-alunos-de-classe-media-triunfa-pobres-sao-1-a-cada-600,953041	Estadão	Enem	
10	R1	Diárias viram auxílio moradia na cúpula da USP e Unesp	Multimídia	Notícia textual	Política	Corrupção		https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,diarias-viram-auxilio-moradia-para-reitores-e-cupula-da-usp-e-unesp,70002243764	Estadão	Executivo federal - Ministério da Educação	
11	R1	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml	FSP	Pesquisa encomendada com dados do Inep e Enem	

12	R1	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde	https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	O Globo	FAB
13	R1	Cotista tem nota parecida com não cotista	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação	https://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u17276.shtml	FSP	Dados Enem
14	SB	Evolução das finanças do Estado do RS desde 2007 até o presente	Interativo	Infografia interativa	Política	Finanças públicas	https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/09/raio-x-das-financas-do-rs-como-rigotto-veda-e-tarso-administraram-as-contas-jmkxaq7400cp01rxdlcp9xat.html	GZH	Dados da Secretaria Estadual da Fazenda

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
15	SB	ZH Dados: situação financeira dos 497 municípios	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Finanças públicas		http://especiais.zh.clicrbs.com.br/especiais/dados-municipios/	GZH		
16	SB	O raio-X das Assembleias: como gastam, em que gastam e quanto custam os deputados	Multimídia	Longform	Política	Finanças públicas		https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/05/o-raio-x-das-assembleias-como-gastam-em-que-gastam-e-quanto-custam-os-deputados-4142224.html	GZH	Levantamento da reportagem em 26 Assembleias e à Câmara Legislativa do Distrito Federal nos últimos dois meses	
17	SB	As contas dos 27 Estados brasileiros	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/12/31/As-contas-os-27-estados-brasileiros-em-gr%C3%A1ficos	Nexo	Dados do Tesouro Nacional	
18	SB	Basômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		http://estadoadados.com/basometro/		Estadão Congresso Nacional	
19	SB	Análise dos números da violência no Brasil	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Segurança pública		https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/		secretarias estaduais de segurança e bases de dados	
20	R5	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	Ò Globo	FAB	
21	R5	Brasil mantém doentes mentais presos ilegalmente	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/brasil-mantem-doentes-mentais-presos-ilegalmente-7599855		secretarias de administração penitenciária, defensorias públicas e varas de execução penal nos estados	
22	R5	Serra ignorou pareceres ao renovar passaporte diplomático de pastor	Multimídia	Notícia textual	Política	Corrupção		https://oglobo.globo.com/brasil/serra-ignorou-pareceres-ao-renovar-passaporte-diplomatico-de-pastor-19689923		Itamaraty LAI	
23	R5	Sistema de transplante no Brasil sofre com falta de transporte aéreo	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Saúde		https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859	O Globo	FAB	
24	R15							iBook "Vidas sem Banheiro" (com alunos do Editorial J, exclusivo para iPad)			
25	R15							app com dados de trânsito da cidade (com alunos, fora do ar)			
26	R15							app com dados de hospitais da cidade (com alunos, fora do ar)			
27	R15	O seu salário diante da realidade brasileira	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Emprego		https://www.nexojournal.com.br/intervativo/2016/01/11/O-seu-salario-diante-da-realidade-brasileira	Nexo		
28	R15	Mapa das diferenças (2º Turno)	Interativo	Infografia interativa	Política	Eleições		http://infograficos.estadao.com.br/politica/resultado-eleicoes-2014/	Estadão	TSE	
29	R17	Vereadores da região metropolitana gastaram R2,4 milhões com diárias	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2016/09/vereadores-da-regiao-metropolitana-gastaram-r-2-4-milhoes-com-diaras-de-viagem-desde-2013-7400621.html	GZH		

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
30	R17	Falhas graves e custos milionários: por que os trens novos da trensurb não funcionam	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Transporte público		https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2018/05/falhas-graves-custo-milionario-por-que-os-trens-novos-da-trensurb-nao-funcionam-cjhiaq11a0ain01qot192dag6.html	GZH	Lei de Acesso à Informação e documentos oficiais, o GDI obteve trocas de correspondências e atas de reuniões entre a Trensurb e o Consórcio FrotaPoa realizadas entre abril de 2016 e março de 2018.	
31	R17	Trensurb perde 13 viagens por semana. Veja histórias de passageiros que têm a rotina prejudicada	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Transporte público		http://diariogaucha.clicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2016/07/trensurb-perde-13-viagens-por-semana-veja-historias-de-passageiros-que-tem-a-rotina-prejudicada-8320763.html	GZH	Lei de Acesso à Informação	
32	R17	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml	FSP	Enem e Inep	
33	R17	No Enem, 1 a cada 4 alunos de classe média triunfa. Pobres são 1 a cada 600	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www.estadao.com.br/infograficos/educacao,no-enem-1-a-cada-4-alunos-de-classe-media-triunfa-pobres-sao-1-a-cada-600,953041	Estadão	Enem	
34	R17	Evolução das finanças do Estado do RS desde 2007 até o presente	Interativo	Infografia interativa	Política	Finanças públicas		https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/09/raio-x-das-financas-do-rs-como-rigotto-yeda-e-tarso-administraram-as-contas-cjmkxaq7400cp01rxdlcp9xat.html	GZH	Dados da Secretaria Estadual da Fazenda	
35	R19	IPTU e ISSQN: dívida dos 100 maiores inadimplentes de Porto Alegre é de quase R\$ 500 milhões	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2018/01/iptu-e-issqn-divida-dos-100-maiores-inadimplentes-de-porto-alegre-e-de-quase-r-500-milhoes-cjbtwtfbrw04u701p93ua0c2e5.html		LAI prefPOA	
36	R19	Mesmo com prejuízo de R\$ 1 bilhão em 2016, CGTEE pagou supersalários	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/05/mesmo-com-prejuizo-de-r-1-bilhao-em-2016-cgtee-pagou-supersalarios-9793879.html		LAI CGTEE	
37	R19	Conselhos de estatais gaúchas pagam a seus membros até R\$ 6,8 mil por reunião	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2012/12/conselhos-de-estatais-gauchas-pagam-a-seus-membros-ate-r-6-8-mil-por-reuniao-3993514.html	GZH	LAI gov.rs.br	

38	SD	Dos 513 deputados, 299 têm ocorrências judiciais; 76 já foram condenados	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo + Impeachment	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2016/04/17/votacao-do-impeachment-no-plenario-da-camara/	Lupa	base de dados do site Excelências, projeto mantido pela Transparência Brasil, e informações extraídas do sistema de busca de ações penais do Supremo Tribunal Federal (STF)
----	----	--------------------------------------------------------------------------	------------	-----------------	----------	---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
39	SD	Dos 80 senadores, quase 60% têm registros na Justiça; 24 deles, no STF	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://piaui.folha.uol.com.br/lu/pa/2016/05/11/dos-80-senadores-quase-60-tem-ocorrencias-na-justica-24-deles-no-stf/	Lupa	base de dados do site Excelências, projeto mantido pela Transparência Brasil, e informações extraídas do sistema de busca de ações penais do Supremo Tribunal Federal (STF)	
40	SD	Quem são os 116 'fiéis escudeiros' do presidente Michel Temer?	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://piaui.folha.uol.com.br/lu/pa/2017/08/04/116-fieis-escudeiros-temer/	FSP	Câmara dos deputados	
41	SD	Gasto com Fies cresce 13 vezes e chega a R\$ 13,4 bi, mas ritmo de matrículas cai	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,gasto-com-fies-cresce-13-vezes-e-chega-a-r-13-4-bi-mas-ritmo-de-matriculas-cai-imp-1634714	Estadão	Levantamento do Estadão Dados, com base em informações do Portal da Transparência e microdados do Censo da Educação Superior	
42	SD						Docs for dollars	https://projects.propublica.org/docdollars/			
43	SD	O seu salário diante da realidade brasileira	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Emprego		https://www.nexojournal.com.br/interventivo/2016/01/11/O-seu-sal%C3%A1rio-diante-da-realidade-brasileira	Nexo		
44	SE	Diários Secretos	Multimídia	Longform	Política	Legislativo + corrupção		https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-ecretos/	Gazeta do Povo	Ministério Público	
45	SE	De olho nos vereadores	Multimídia	Longform	Política	Legislativo		https://www.gazetadopovo.com.br/topicos/assuntos/de-olho-nos-vereadores-e3d4iziw7p3jomugwm8u8km7/?offset=10		Câmaras municipais	
46	SE	Piso dos professores	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Emprego		https://especiais.gazetadopovo.com.br/politica/piso-salarial-dos-professores-do-parana/		Prefeituras municipais	
47	SE	Basômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		http://estadaodados.com/basometro/			
48	SE	Os homens de bens da Alerj	Estatica	Longform	Política	Legislativo		http://memoria.oglobo.globo.com/jornalismo/premios-jornalisticos/os-homens-de-bens-da-alerj-8876006		Assembléia RJ	
49	SE	Crime sem castigo	Multimídia	Longform	Vitais	Segurança pública		https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/crime-sem-castigo/	Gazeta do Povo	delegacia da mulher PR	
50	R16	Maior parte da verba arrecadada por candidatos a deputado pelo RS vai para quem disputa reeleição	Multimídia	Notícia textual	Política	Eleições		https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/09/maior-parte-da-verba-arrecadada-por-candidatos-a-deputado-pelo-rs-vai-para-quem-disputa-reeleicao-cjm9wnqd604o301mno0d7lvkk.html	GZH	Fundo partidário e eleitoral TSE	
51	R16	Casamentos caíram pela metade no RS de 2015 para 2018, seguindo tendência nacional	Multimídia	Notícia textual	Sensíveis	Casamento		https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2019/01/casamentos-cairam-pela-metade-no-rs-de-2015-para-2018-seguindo-tendencia-nacional-cjqochrs0q4m01pixreh2z0p.html	GZH	cartórios	

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
52	R16	Leite conquistou 45 das 46 cidades nas quais Rossetto havia vencido	Multimídia	Notícia textual	Política	Eleições		https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/10/leite-conquistou-45-das-46-cidades-nas-quais-rossetto-havia-vencido-cjnv6awld09kx01pi0e7ci38p.html	GZH	TSE	
53	R16	Homens têm 72% das mil melhores notas do Enem	Interativo	Infográfico interativo	Vitais	Educação		http://infograficos.estadao.com.br/educacao/enem/desigualdades-de-genero-e-raca/	Estadão	Enem	
54	R16	Homens brancos ganharam cinco vezes mais que mulheres negras na eleição	Multimídia	Notícia textual	Política	Eleições		https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/02/1857832-homens-brancos-ganharam-cinco-vezes-mais-que-mulheres-negras-na-eleicao.shtml	FSP	TSE	
55	R23	Eleições SA	Estatica	Notícia textual	Política	Eleições financiamento			FSP		
56	R23	Deputados empregam 315	Estatica	Notícia textual	Política	Legislativo		https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1710199917.htm	FSP	Câmara dos deputados	
57	R23	Pensão vitalícia: a generosa previdência das 'vovós solteironas' do serviço público	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/lucio-vaz/2018/02/07/pensao-vitalicia-generosa-previdencia-das-vovos-solteironas-servico-publico/	Gazeta do Povo	Levantamento da Gazeta do Povo em 20 órgãos públicos federais aponta a existência de quase 3 mil filhas solteiras com mais de 80 anos que recebem pensão da União	
58	R23	LOBISTAS DE BANCOS, INDÚSTRIAS E TRANSPORTES ESTÃO POR TRÁS DAS EMENDAS DA REFORMA TRABALHISTA	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://theintercept.com/2017/04/26/lobistas-de-bancos-industrias-e-transportes-quem-esta-por-tras-das-emendas-da-reforma-trabalhista/		The Intercept Brasil examinou as 850 emendas apresentadas por 82 deputados durante a discussão do projeto na comissão especial da Reforma Trabalhista	
59	R23	Políticos do Brasil: uma investigação sobre o patrimônio declarado (PubliFolha)								Livro	
60	R23	Eleições SA	Estatica	Notícia textual	Política	Eleições financiamento			FSP		
61	R3	Como votou a sua vizinhança	Personalizada	Infográfico interativo	Política	Eleições		https://www.estadao.com.br/infograficos/politica/como-votou-sua-vizinhanca-explore-o-mapamais-detalhado-das-eleicoes,935858	Estadão	TSE	
62	R3	Roubos de celular atingem metade das ruas de SP	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Segurança pública		https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,roubos-de-celular-atingem-metade-das-ruas-de-sao-paulo,70002022457	Estadão	Secretaria estadual de segurança pública O Estado mapeou as ocorrências registradas em 2016 e em 2017	
63	R3	O fim de uma facção	Multimídia	Longform	Vitais	Segurança pública		https://theintercept.com/2018/12/13/o-fim-de-uma-faccas/	Intercept	Disque denúncia	
64	R3	Monitor da violência	Personalizada	Ferramenta interativa	Vitais	Segurança pública		https://q1.globo.com/monitor-da-violencia/	G1	secretarias estaduais de segurança e bases de dados própria	

65	R7	Milícia controla o Rio	Multimídia	Longform	Vitais	Segurança pública	https://theintercept.com/2018/04/05/milicia-controle-rio-de-janeiro/	The Intercept	Disque denúncia	
66	R7	Anular voto nas Eleições	Multimídia	Longform	Política	Eleições	https://www.uol.com.br/eleicoes/especiais/votar-nulo-anular-voto-em-branco-eleicoes-2018-.htm	Uol	TSE	

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
67	R7	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml	FSP	Enem e Inep	
68	R7	Ruralômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		https://ruralometro.reporterbrasil.org.br	Reporter Brasil		
69	R7	Como votou a sua vizinhança	Personalizada	Infográfico interativo	Política	Eleições		https://www.estadao.com.br/infograficos/politica,como-votou-sua-vizinhanca-explore-o-mapa-mais-detalhado-das-eleicoes,935858	Estadão	TSE	
70	R22							fabiovasconcellos.com	NA	NA	
71	R6	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml	FSP	Enem e Inep	
72	R6	Criminalidade veta Correios em quase metade do Rio	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Segurança pública		https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/02/criminalidade-veta-correios-em-quase-metade-do-rio.shtml	FSP	EBC	
73	R6	Música muito popular brasileira						https://arte.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/musica-muito-popular-brasileira/introducao/	FSP	Folha analisa 134 bilhões de execuções no YouTube	
74	R6	How popular is Donald Trump?									
75	R6	The Unlikely Odds of Making it Big									
76	R6	How Much Hotter Is Your Hometown Than When You Were Born?									
77	R9	Lei de acesso desrespeitada por órgãos do governo	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://oglobo.globo.com/brasil/lei-de-acesso-desrespeitada-por-orgaos-do-governo-16110382	O Globo	LAI	
78	R9	Planalto ignorou sugestão e mudou indulto de Natal de 2017	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://oglobo.globo.com/brasil/pl-analto-ignorou-sugestao-mudou-indulto-de-natal-de-2017-23320328	O Globo	LAI - Documentos do Ministério da Justiça , obtidos pelo GLOBO com base na Lei de Acesso à Informação, indicam que o decreto de indulto de 2017 foi alterado no Palácio do Planalto para permitir que presos condenados por corrupção pudessem ser libertados.	

79	R9	Itamaraty propõe burlar lei para proteger Lula	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal	https://oglobo.globo.com/brasil/itamaraty-propoe-burlar-lei-para-proteger-lula-16423390	LAI - O memorando de Costa enviado à Subsecretaria-Geral da América do Sul, Central e do Caribe (Sgas) foi motivado por um pedido feito pela Lei de Acesso à Informação pelo jornalista Filipe Coutinho, da revista "Época". Ele solicitou todos os telegramas e despachos reservados do ministério que citam a Odebrecht e que, por conta do prazo, já deveriam ser públicos.
80	R9	Lei de acesso desrespeitada por órgãos do governo	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal	https://oglobo.globo.com/brasil/lei-de-acesso-desrespeitada-por-orgaos-do-governo-16110382	O Globo LAI

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
81	R18	Dados municipais	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Finanças públicas		http://especiais.zh.clicrbs.com.br/especiais/dados-municipios/	GZH	Municípios	
82	R18	Fatores sociais podem explicar até 85% da nota do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,fatores-sociais-podem-explicar-ate-85-da-nota-de-quem-presta-o-enem,70002578041	Estadão	Enem Inep	
83	R11	Itamaraty propõe burlar lei para proteger Lula	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://oglobo.globo.com/brasil/itamaraty-propoe-burlar-lei-para-protoger-lula-16423390	O Globo	LAI - O memorando de Costa enviado à Subsecretaria-Geral da América do Sul, Central e do Caribe (Sgas) foi motivado por um pedido feito pela Lei de Acesso à Informação pelo jornalista Filipe Coutinho, da revista "Época". Ele solicitou todos os telegramas e despachos reservados do ministério que citam a Odebrecht e que, por conta do prazo, já deveriam ser públicos.	
84	R11	Filho de Gilmar comprou cotas de faculdade	Multimídia	Notícia textual	Política	Judiciário		https://www.buzzfeed.com/br/filipecoutinho/filho-de-gilmar-comprou-cotas-de-faculdade-por-r-12-milhoes	Buzzfeed	Dados do Banco Central	
85	R11	Documentos revelam que Lula e família viajaram 111 vezes ao sítio de Atibaia	Multimídia	Notícia textual	Política	Corrupção		https://epoca.globo.com/tempo/noticia/2016/02/exclusivo-documentos-revelam-que-lula-e-familia-viajaram-111-vezes-sitio-de-atibaia.html		Seguranças receberam quase mil diárias do Planalto para ficar 283 dias em imóvel que ex-presidente afirma ser de "amigos"	
86	R10	Em queda, roubos de carros migram para a periferia	Interativo	Longform	Vitais	Segurança pública		http://infograficos.estadao.com.br/cidades/roubos-de-carros-grande-sao-paulo/		boletins de ocorrência	
87	R10	Dados sobre o trabalho escravo no Brasil	Interativo	Infográfico interativo	Vitais	Emprego		https://reporterbrasil.org.br/dados/trabalhoescravo/		Ministério do Trabalho e Previdência Social	
88	R10							http://caici.cimi.org.br/			
89	R10	Como votou a sua vizinhança	Personalizada	Infográfico interativo	Política	Eleições		https://www.estadao.com.br/infograficos/politica,como-votou-sua-vizinhanca-explore-o-mapa-mais-detalhado-das-eleicoes,935858	Estadão	TSE	
90	R10							https://desmatamento.infoamazonia.org/			
91	R10							https://www.themarshallproject.org/next-to-die/			
92	R24	A mão invisível do BNDES	Multimídia	Longform	Política	Corrupção		https://medium.com/briostories/a-m%C3%A3o-invis%C3%ADvel-do-bndes-na-am%C3%A9rica-latina-81bfd8154a9	Brio	BNDES - documentos obtidos por BRIO e negados pela LAI demonstram que o contrato para a construção da estrada tinha uma série de irregularidades.	
93	R24	Viagens de Lula pagas por empreiteiras	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/03/1250460-empiteiras-pagaram-mais-da-metade-das-viagens-de-lula-ao-exterior.shtml	FSP	Documentos oficiais obtidos pela Folha	
94	R24	Agregador de pesquisas	Interativo	Infográfico interativo	Política	Eleições		https://data.jota.info/agregador/	Jota	TSE	

95	R24	Lava Jota	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Corrupção	https://www.jota.info/justica/jota-lanca-buscador-para-todos-os-processos-da-lava-jato-12042017	Jota	MP
96	R24	Estadão dados						NA	NA

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
97	R20	Inquérito de suposto ritual satânico é centrado em relato de testemunha ocular	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Segurança pública		https://gauchazh.clicrbs.com.br/seguranca/noticia/2018/01/inquerito-de-suposto-ritual-satanico-e-centrado-em-relato-de-testemunha-ocular-cjckencm102bt01kerxli3xm.html	GZH	Polícia civil	
98	R20	Governo do RS gastou mais de R\$ 600 mil com copeiros e café em 2015	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/03/governo-do-rs-gastou-mais-de-r-600-mil-com-copeiros-e-cafe-em-2015.html	G1	LAI	
99	R20	Número de cargos de confiança cai no governo Sartori, mas gastos crescem	Multimídia	Notícia textual	Política	Finanças públicas		https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/numero-de-cargos-de-confianca-cai-no-governo-sartori-mas-gastos-crescem.ghtml	G1	LAI	
100	R20	Uma por uma	Multimídia	Longform	Vitais	Segurança pública		http://produtos.ne10.uol.com.br/umaporuma/index.php	Portal NE10	Feminicídios Pernambuco - secretaria se segurança	
101	R12	Ruralômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		https://ruralometro.reporterbrasil.org.br	Reporter Brasil		
102	R12	LOBISTAS DE BANCOS, INDÚSTRIAS E TRANSPORTES ESTÃO POR TRÁS DAS EMENDAS DA REFORMA TRABALHISTA	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://theintercept.com/2017/04/26/lobistas-de-bancos-industrias-e-transportes-quem-esta-por-tras-das-emendas-da-reforma-trabalhista/	Intercept	The Intercept Brasil examinou as 850 emendas apresentadas por 82 deputados durante a discussão do projeto na comissão especial da Reforma Trabalhista	
103	R12	Assembleia de SP aprova 70% de leis do governo e 20% dos projetos próprios	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/assembleia-de-sp-aprova-70-de-leis-do-governo-e-20-dos-projetos-proprios.shtml	FSP	AL-SP	
104	R12	Roubos de celular atingem metade das ruas de SP	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Segurança pública		https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,roubos-de-celular-atingem-metade-das-ruas-de-sao-paulo,70002022457	Estadão	Secretaria estadual de segurança pública O Estado mapeou as ocorrências registradas em 2016 e em 2017	
105	R12	Estudo inédito indica alta chance de fraude em mil provas do Enem	Multimídia	Notícia textual	Vitais	Educação		https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/04/estudo-inedito-indica-alta-chance-de-fraude-em-mil-provas-do-enem.shtml	FSP	Enem e Inep	
106	R12							https://infograficos.estadao.com.br/politica/eleicoes/2018/o-que-15-mil-tweets-revelam-sobre-seu-candidato/	NA	NA	
107	R21	Onyx usa notas em série de amigo para receber verba de gabinete	Multimídia	Notícia textual	Política	Legislativo		https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2019/01/onyx-usa-notas-em-serie-de-amigo-para-receber-verba-de-gabinete-cjqn0zueo0pw101piavlr04z5.html	GZH	Verba parlamentar	

108	R21	TRF4 aumentou em 218 anos penas impostas por Moro na Lava Jato	Multimídia	Notícia textual	Política	Judiciário	https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2017/10/trf4-aumentou-em-218-anos-penas-impostas-por-moro-na-lava-jato-c-j8p6hhyd02di01qncv98ctw4.html	GZH	análise de processos
-----	-----	----------------------------------------------------------------	------------	-----------------	----------	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----	----------------------

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
109	R21	Entre sentença de Moro e julgamento no TRF4, apelação de Lula leva menos da metade do tempo médio	Multimídia	Notícia textual	Política	Judiciário		https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2017/12/entre-sentenca-de-moro-e-julgamento-no-trf4-apelacao-de-lula-leva-menos-da-metade-do-tempo-medio-cjb46b8ag0bti01mk4btn42x7.html	GZH	análise de processos	
110	R21							http://www.camara.gov.br/cota-parlamentar/index.jsp	NA	NA	
111	R21							https://www.jota.info/	NA	NA	
112	R21							https://www.contasabertas.com.br/	NA	NA	
113	R13							http://colaboradores.github.io	NA	NA	
114	R13	Sistema da Justiça viola sigilo e expõe crianças vítimas de estupro	Multimídia	Notícia textual	Política	Judiciário		https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/04/sistema-da-justica-viola-sigilo-e-expoe-criancas-vitimas-de-estupro.shtml	FSP	plataforma de BO	
115	R13	Cidades-sede da Copa de 2014 ainda têm obras por fazer e problemas de transparência	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://aosfatos.org/noticias/cidades-sede-da-copa-de-2014-ainda-tem-obras-por-fazer-e-problemas-de-transparencia/		portal de transparência da Copa	
116	R13	Ruralômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		https://ruralometro.reporterbrasil.org.br	Repórter Brasil		
117	R8	Embaixada brasileira em Washington foi grampeada	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2011/08/966368-embaixada-brasileira-em-washington-foi-grampeada.shtml	FSP	Folha transparência 2011	
118	R8	A engrenagem da impunidade	Multimídia	Notícia textual	Política	Corrupção		https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/27743-a-engrenagem-da-impunidade.shtml	FSP	Folha transparência - Folha analisou 258 processos que envolvem políticos e estão em andamento no STF ou foram arquivados pela corte recentemente	
119	R8	Brasil vendei bombas condenadas a ditador do Zimbábue	Multimídia	Notícia textual	Política	Executivo Federal		https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/55939-brasil-vendeu-bombas-condenadas-a-ditador-do-zimbabue.shtml	FSP	Após negar duas vezes um pedido da Folha com base na Lei de Acesso à Informação, o Ministério da Defesa voltou atrás e liberou 1.572 páginas de documentos secretos.	
120	R2	Basômetro	Personalizada	Ferramenta interativa	Política	Legislativo		http://estadaodados.com/basometro/			
121	R2	Atlas Político	Interativo	Infografia interativa	Política	Executivo Federal		http://infograficos.estadao.com.br/politica/atlas/	Estadão	várias	
122	R2	7 gráficos que explicam a farra do financiamento estudantil	Interativo	Infografia interativa	Vitais	Educação		http://blog.estadaodados.com/files/	Estadão	Enem	
123	R2							DataSus	NA	NA	
124	R2							Portal Transparência	NA	NA	
125	R2							CruzaDados	Na	NA	

APÊNDICE 2 – INSTRUMENTO DE PESQUISA – SURVEY MONKEY

<https://pt.surveymonkey.com/r/pesquisaufrgs>

Análise de Redes Sociais do Jornalismo e Transparência Digital

Pesquisa de relações e percepções entre jornalistas identificados pelo discurso de transparência pública digital

1. Você foi identificado como jornalista, de jornal ou webjornal, que faz uso e apropriação de dados públicos de sites ou arquivos governamentais. Você participa desta cadeia?

- Sim, participo
- Não participo

2. Você foi convidado(a) a responder às perguntas deste questionário de forma voluntária. Antes de concordar em participar desta pesquisa e responder o questionário abaixo, é importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste [documento](#).

- Sim, estou de acordo
- Não quero participar

Preencha seu nome e RG

3. Na prática do jornalismo com dados públicos, de zero a cinco, quanto você se considera fiscal do poder governamental (muckracker, watchdog, Quarto Poder, jornalista investigativo)? Ao marcar zero você não se percebe como fiscal do poder, ao marcar 5 você se percebe muito como vigilante do poder.

	1	2	3	4	5
Sou fiscal do poder governamental por meio do uso de dados públicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Comentário

4. Como você costuma apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos? Marque quantas opções se aplicarem.

- Produção de vídeo, podcast ou áudio
- Formatos automatizados com uso de inteligência artificial
- Infografia interativa
- Reportagem textual (longform)
- Notícia textual (nota curta)
- Ferramenta interativa em base de dados
- Outro (especifique)

5. Como você gostaria de apresentar para o leitor na internet o resultado do seu trabalho com dados públicos, se pudesse escolher o formato? Marque quantas opções se aplicarem.

- Produção de vídeo, podcast ou áudio
- Formatos automatizados com uso de inteligência artificial
- Infografia interativa
- Reportagem textual (longform)
- Notícia textual (nota curta)
- Ferramenta interativa em base de dados
- Outro (especifique)

6. Qual o grau de probabilidade do seu acesso a dados públicos abertos se dar através dos canais primários abaixo (Piotrowski, 2007). Marque 1 se a probabilidade for remota e 5 se for muito viável.

	1	2	3	4	5
divulgação de informações pelo governo via assessoria de imprensa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
acesso a portais públicos como sites de transparência ou sites governamentais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
liberação de materiais solicitados pelo serviço de atendimento ao cidadão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
audiências públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vazamentos de fontes do governo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)

7. Indique até cinco jornalistas que você considera relevantes para a produção de jornalismo e reportagem com dados públicos digitais. Digite o nome completo ou assinatura profissional e o email - se tiver.

nome 1:

nome 2:

nome 3:

nome 4:

nome 5:

8. Cite de um a três trabalhos SEUS produzidos com dados públicos. Pode ser uma reportagem, um infográfico, um banco de dados, um site, etc. Insira o link.

trabalho1:

trabalho 2:

trabalho 3:

9. Cite de um a três trabalhos produzidos com dados públicos que são referência na sua área de atuação. Pode ser uma reportagem, um infográfico, um banco de dados, um site, etc. Insira o link.

trabalho1:

trabalho 2:

trabalho 3:

10. Entre as características abaixo, quais você considera, de zero a cinco, como elementos constrangedores para a prática jornalística cotidiana. Zero não constrange, cinco constrange muito.

	1	2	3	4	5
Instantaneidade na internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Excesso de informação em circulação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interatividade com o leitor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Links que levam o leitor para outros sites	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Velocidade de publicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hiperconcorrência entre jornais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Qual o grau de legitimidade entre os atores sociais abaixo em relação à apropriação de dados públicos abertos. Marque 1 para a menor legitimidade e 5 para a maior legitimidade.

	1	2	3	4	5
Indivíduos isolados ou cidadãos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jornalistas ou organizações de mídia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pesquisadores ou centro de pesquisas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
desenvolvedores ou hackativistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
organizações civis ou grupos políticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
empresas privadas ou agentes comerciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)

12. Para finalizar, por favor, preencha alguns dados pessoais (para conhecimento do pesquisador, não haverá identificação de nomes na pesquisa):

Cidade onde trabalha:

Nome completo:

RG:

Idade:

Empresa:

Cargo: