



Claudia Miranda Rodrigues

**Um estudo de caso sobre
jornalismo de dados abertos:
método, evidência e transparência nas
rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra**

Tese de Doutorado

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção de grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Leonel Azevedo de Aguiar

Rio de Janeiro
Dezembro de 2021



Claudia Miranda Rodrigues

**Um estudo de caso sobre
jornalismo de dados abertos:
método, evidência e transparência nas
rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra**

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção de grau de Doutor pelo Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof. Leonel Azevedo de Aguiar

Orientador

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Prof^a. Itala Maduell Vieira

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Prof^a. Adriana Barsotti Vieira

Departamento de Comunicação Social – UFF

Prof. Josenildo Luiz Guerra

Departamento de Comunicação Social – UFS

Prof^a. Marlise Viegas Brenol

Departamento de Comunicação Social – UnB

Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Claudia Miranda Rodrigues

Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio (2017/2021). Mestre em Comunicação Social pela PUC Rio (2014/2016). Autora do livro “Mídia Ninja: narrativas em disputa” (Editora Insular/2018). Doutorado sanduíche, durante seis meses, na *The University of Leeds*, na Inglaterra (setembro 2019/fevereiro 2020). Integrante do Grupo de Pesquisa Teorias e Experiências Profissionais do Jornalismo (TEJOR) da PUC Rio. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ/ECO – 1982/1986) – bacharel em Jornalismo (1982/1986). Como profissional, foi repórter dos jornais O Dia e O Globo e da revista Raça.

Ficha catalográfica

Rodrigues, Claudia Miranda

Um estudo de caso sobre jornalismo de dados abertos : método, evidência e transparência nas rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra / Claudia Miranda Rodrigues ; orientador: Leonel Azevedo de Aguiar. – 2021.

603 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2021.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Jornalismo de dados. 3. Epistemologia. 4. Objetividade. 5. Credibilidade. 6. Metodologia da transparência. I. Aguiar, Leonel Azevedo de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Aos meus pais, Marisa
(*in memoriam*) e Oscar

A Gareth

A Mariana, Vinicius e Joana

Agradecimentos

Depois de quase 30 anos de trabalho como jornalista, enveredei na vida acadêmica motivada pelo desejo de ensinar o ofício que escolhi. Nestes sete anos de jornada que somam mestrado e doutorado, reencontrei um companheiro que compartilhava a labuta da reportagem e tornou-se uma referência na academia. Toda a minha gratidão ao meu orientador Leonel Azevedo de Aguiar, que só reforçou minha admiração por aqueles que se dedicam à arte de transmitir o conhecimento. Fui guiada com sabedoria, carinho e tranquilidade.

Um especial *thank you* a Chris Anderson, orientador na bolsa-sanduíche que fiz na *The University of Leeds*, na Inglaterra. Foram meses de trabalho produtivo que refletiram no trabalho de campo. Expresso minha gratidão a Julie Firmstone, professora da mesma instituição, pelas sugestões valiosas para a análise de conteúdo.

Agradeço aos professores que aceitaram compor a banca e, dessa forma, prestar relevante interlocução: Adriana Barsotti Vieira, Marlise Viegas Brenol, Itala Maduell Vieira e Josenildo Luiz Guerra. Agradeço às professoras Lilian Saback de Sá e Patricia Albuquerque Carvalho, da PUC Rio.

Agradeço aos meus queridos pais, Marisa (*in memoriam*) e Oscar – ambos professores – inspiração e exemplo de interesse constante e ávido por mais saber.

Um agradecimento afetuoso aos meus filhos Mariana (eficiente *help desk*), Vinicius e Joana, que me dão energia para seguir adiante. E a meu enteado Victor, que reforça essa escora familiar auspiciosa.

Faço questão de mencionar pessoas importantes nesta jornada: Alice Baroni, Ana Paula Gourelart de Andrade, Anamaria Rodrigues Ballard, Beatriz Martins, Ciça Guedes, Cris Grumbach, Daniel Marland, Dom Philips, Gustavo Rodrigues, Jason Huxtable, Jean Grove, Paula Williams, William Schomberg, Richard Clare, Suzanne Howe e Valquíria Daher.

Agradeço especialmente aos jornalistas das agências *The Bureau of Investigative Journalism*, Gênero e Número e Agência Pública, e a Jonathan Watts, do jornal *The Guardian*, que enriqueceram a pesquisa ao reservar tempo para me conceder entrevistas.

Meu muito obrigada a Luizete Pena, pela revisão minuciosa da tese e pelo adicional e providencial incentivo na reta final do trabalho.

A Marise Lira, Natália Araújo Menezes da Conceição e Juliana Moreira Pecis, do Departamento de Comunicação da PUC, que estavam sempre prontas a me ajudar.

À Fundação CAPES¹, pela bolsa de estudo que me permitiu realizar a pesquisa.

E, por fim, agradeço a meu parceiro, Gareth Chetwynd, pelo apoio fundamental ao longo do percurso e por me ajudar a desanuviar com o permanente senso de humor.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Rodrigues, Claudia Miranda; Aguiar, Leonel Azevedo de. **Um estudo de caso sobre o jornalismo de dados abertos: método, evidência e transparência nas rotinas produtivas no Brasil e na Inglaterra.** Rio de Janeiro, 2021, 603p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A transformação nos modos de produção impulsionada pela internet favorece novos arranjos produtivos que impactam a centralidade das grandes organizações jornalísticas. A autoridade profissional, por sua vez, é posta em xeque em um ambiente de crescente desinformação instigado pelos algoritmos, que geram descrédito frente à mídia. Inspiradas na filosofia do movimento *open source* e amparadas no uso do *big data*, agências de jornalismo sem fins lucrativos expandem seu território nas plataformas virtuais com a adoção do jornalismo de dados abertos – que propomos como nomenclatura –, o que sugere o fortalecimento da credibilidade a partir da transparência. Pautadas pelo paradigma do interesse público, as agências *The Bureau of Investigative Journalism*, *Gênero e Número* e *Agência Pública* adotam esta prática. A partir de metodologia experimental, alicerçada em indicadores originalmente desenvolvidos, inferiu-se em que medida o jornalismo praticado pelas agências oferece transparência e possibilita averiguar o método empregado no que tange o rigor. Com fulcro na teoria do *newsmaking*, o modelo criado serviu como parâmetro para avaliação de atributos e observação de esforços na construção de narrativas confiáveis. Para realização da pesquisa, foram analisadas 135 reportagens e conduzidas dezesseis entrevistas em profundidade. A análise de conteúdo indicou quatro categorias: verificação como fator de precisão, rigor na coleta, valor documental e checagem ao alcance do leitor. A última traz, em seu bojo, a hipótese desta tese, ou seja, a verificação da qualidade com base nas fontes abertas, que foi mensurada a partir da denominada *metodologia da transparência*. O resultado revelou alta transparência para a Agência Pública, média transparência para a Gênero e Número e baixa transparência para o *TBIJ*.

Palavras-chave

Jornalismo de dados; epistemologia; objetividade; credibilidade; metodologia da transparência.

Abstract

Rodrigues, Claudia Miranda; Aguiar, Leonel Azevedo de (Advisor). **A case study of open data journalism: method, evidence, and transparency in the productive routines in Brazil and England.** Rio de Janeiro, 2021, 603p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The internet-driven transformation in journalistic modes of production has favored new arrangements that impact the centrality of larger organizations. The authority of professionalism has been undermined in an environment of growing and proactive disinformation, driven by algorithms that disrupt the trustworthiness of established media. Meanwhile, inspired by the philosophy of the open-source movement and by the possibilities offered by big data, non-profit journalism agencies have also expanded their territory to digital platforms adopting open data journalism – which we propose as a nomenclature – as a means of reinforcing credibility through transparency. Guided by the paradigm of public interest, the agencies *The Bureau of Investigative Journalism*, *Gênero e Número* and *Agência Pública* are examples of organizations that have taken this road. Based on experimental methodology, anchored in indicators developed for the purposes of the research, we drew inferences on the extent to which these agencies offer transparency, leading to further findings about newsgathering methods based on the criteria regarding rigor and evidence. Supported by the newsmaking theory, the model served as a parameter for assessment of attributes and the observation of efforts to build reliable narratives. To carry out the study, 135 reporting fields were analyzed and six in-depth interviews were conducted. The content analysis indicated four categories: documental value; fact-checking within the readership. The latter takes us to the heart of the hypothesis, namely, the verification based on open sources, measured from what can be called *methodology of transparency*. The result revealed high transparency for *Agência Pública*, medium transparency for *Gênero e Número* and low transparency for TBIJ.

Keywords

Data journalism; epistemology; objectivity; credibility; transparency methodology.

Sumário

Introdução	15
1. Verdade e qualidade como questões teóricas.....	24
1.1. A crença da verdade como princípio jornalístico	26
1.2. Informação de qualidade como bem público	45
1.3. O jornalismo importa?.....	68
1.4. Materialidade performática: o papel do jornalismo de dados.....	81
2. Desconstrução e revalidação do jornalismo	90
2.1. A erosão da expertise	90
2.2. Desinformação, distorção e deformação	101
2.3. Fragmentação e novas centralidades	118
2.4. Objetividade e método.....	129
2.4.1. A objetividade como método.....	138
2.5. A proposta dos quatro ciclos.....	145
3. Jornalismo no século XXI	148
3.1. Na esteira do jornalismo digital: perspectivas do jornalismo em rede.....	149
3.2. Genealogia do jornalismo de dados	158
3.3. A epistemologia do jornalismo de dados	172
3.4. A transparência nos dados	182
4. Estudo de caso.....	191
4.1. Metodologia	191
4.2. Corpus da pesquisa	194
4.2.1. Gênero e Número	197
4.2.2. Agência Pública	199
4.2.3. The Bureau of Investigative Journalism: pequena etnografia ...	201
4.3. Evidência e transparência.....	211
4.4. Análise de conteúdo – uma proposta experimental	213
4.5. Conceito de dados	218
4.6. O ponto de partida do método experimental.....	219
4.7. Indicadores, subindicadores e mensurações	224
4.7.1. Subindicadores	225
4.7.2. Método e evidência: parâmetros de qualidade	233
4.8. Desconstrução das reportagens: o experimento	236
4.8.1. Análise das fontes: dados.....	236
4.8.2. Análise das fontes complementares	247
4.8.3. Diversidade como diferencial.....	254
4.8.4. Fontes não identificadas	260
4.8.5. Visualização dos dados	265
4.8.6. Transparência e dados abertos	282
4.8.7. Efetividade na cultura do hiperlink	293
4.8.8. Expertise e credibilidade.....	300
4.8.9. Metodologia da apuração	305
4.9. Análise pelo indicador Método.....	309
4.10. Análise pelo indicador Evidência	314
4.11. Análise por Categorias.....	320
4.11.1. Verificação como fator de precisão.....	321

4.11.2. Rigor na coleta.....	324
4.11.3. Valor documental.....	329
4.11.4. Checagem ao alcance do leitor.....	333
4.12. Inferências: níveis de transparência.....	338
5. Considerações finais.....	347
6. Referências bibliográficas.....	369
Anexos.....	407

Lista de figuras

Figura 01: Desqualificação da mídia.	99
Figura 02: Depreciação da mídia em tweets.	104
Figura 03: Mídia Ninja desqualifica mídia tradicional.	114
Figura 04: The Guardian e o erro em tempo real.	115
Figura 05: A Folha de S. Paulo e o erro na apuração.	116
Figura 06: Revista IstoÉ expõe Bolsonaro.	130
Figura 07: Organograma da Agência Gênero e Número.....	198
Figura 08: Crowdfunding da Agência Pública em 2021.....	200
Figura 09: Sala de reuniões do TBIJ.....	201
Figura 10: Fachada do prédio da agência britânica.....	201
Figura 11: Ambiente da redação britânica.....	202
Figura 12: Índex de reportagem da agência britânica.	205
Figura 13: Print de tela de webinar da agência britânica.....	210
Figura 14: O jornalismo colaborativo na agência britânica.....	210
Figura 15: Exemplo de Planilha Fontes Dados.....	220
Figura 16: Exemplo de Planilha Método.....	221
Figura 17: Exemplo de Planilha Evidência.....	223
Figura 18: Diversidade percebida nas reportagens das agências.....	256
Figura 19: Exemplo de diversidade reforçada por dados abertos.	256
Figura 20: Diversidade: o recurso “não obtivemos resposta”.	257
Figura 21: Percentual de elementos de visualização por agências.....	270
Figura 22: Formatos de visualização na Gênero e Número.	271
Figura 23: Formatos de visualização no TBIJ.	271
Figura 24: Formatos de visualização na Agência Pública.	272
Figura 25: Versatilidade em gráfico da Gênero e Número.	274
Figura 26: Volume em design gráfico da Gênero e Número.	275
Figura 27: Evidência em gráficos da Gênero e Número.....	275
Figura 28: Exemplo de volume em gráfico da Agência Pública.....	276
Figura 29: Discrepância em gráfico da Agência Pública.	276
Figura 30: Materialidade em gráficos do TBIJ.	277
Figura 31: Demonstração de tela interativa do TBIJ.....	278
Figura 32: Página do TBIJ antes e depois de interação.....	279
Figura 33: Design do TBIJ expõe dimensão de mortes de sem-teto.....	279

Figura 34: Links quebrados impactam indicador evidência.....	280
Figura 35: Percentual de dados abertos à visualização, por agência. ...	283
Figura 36: Acesso a dados na página Guerra dos Drones do TBIJ.	284
Figura 37: Levantamentos parciais da Guerra dos Drones no TBIJ.....	285
Figura 38: Link dá acesso a página vazia do TBIJ.	285
Figura 39: Dados abertos: as camadas de informação na Pública	287
Figura 40: Dados abertos: as camadas de informação no TBIJ.....	288
Figura 41: Dados abertos: as camadas de informação na GN.....	290
Figura 42: Mapa do TBIJ para visualizar dados.	293
Figura 43: Quando o “click here” não funciona	298
Figura 44: Links quebrados até em planilhas.....	299
Figura 45: Percentual de efetividade das agências.....	300
Figura 46: Nível de expertise nas agências.....	302
Figura 47: Presença de metodologia nas reportagens das agências.....	306
Figura 48: Links para metodologia de matérias da GN.	306
Figura 49: Metodologia em forma de box na Agência Pública	308
Figura 50: Gráfico da análise das agências pelo indicador Método.	310
Figura 51: Gráfico da análise das agências pelo indicador Evidência....	316
Figura 52: Desempenho das agências: o nível de transparência.....	340
Figura 53: Desempenho das agências: o nível de transparência.....	342

Lista de tabelas

Tabela 01: Fontes Dados - Agência Pública	237
Tabela 02: Fontes Dados – Agência Gênero e Número.....	238
Tabela 03: Fontes Dados – The Bureau of Investigative Journalism	240
Tabela 04: Fontes Dados Comparação por agência	246
Tabela 05: Outras fontes Comparação por agência.....	249
Tabela 06: Agência Pública – Outras fontes	251
Tabela 07: Gênero e Número – Outras fontes	252
Tabela 08: The Bureau of Investigative Journalism – Outras fontes	253
Tabela 09: Análise das Agências pelo Método.....	310
Tabela 10: Análise das Agências pela Evidência	315

Lista de quadros

Quadro 01: Mensuração para fontes dados	220
Quadro 02: Categorias para avaliar método	221
Quadro 03: Limites para método	222
Quadro 04: Categorias para avaliar evidência	223
Quadro 05: Fontes Dados - Mensuração	227
Quadro 06: Outras Fontes - Mensuração	229
Quadro 07: Diversidade – Mensuração.....	230
Quadro 08: Fonte não identificada – Mensuração.....	231
Quadro 09: Visualização – Mensuração.....	232
Quadro 10: Efetividade – Mensuração	233
Quadro 11: Método – Mensuração.....	234
Quadro 12: Evidência – Mensuração	235

*Truth can never be told so as to be understood,
and not be believ'd.*

A verdade nunca pode ser dita de modo a ser compreendida,
e não ser acreditada.

William Blake,
The Marriage of Heaven and Hell - 1790-1793.

*If truthfulness were simply a matter of sincerity,
the future would be rather simple.*

Se a veracidade fosse simplesmente uma questão de sinceridade,
o futuro seria bastante simples.

Walter Lippmann, 1920.

Comment is free, but facts are sacred.
O comentário é livre, mas os fatos são sagrados.
Charles Prestwich Scott, 1921.

Introdução

Números podem ser manipulados. Existem muitas discussões, mesmo na mídia mainstream², que as pessoas não podem confiar sempre nos números. O que melhor as pessoas podem fazer em se tratando de desempenhar um papel a partir do jornalismo de dados? É oferecer números que são importantes para as pessoas. Números que elas possam entender³. Charles Boutaud – Editor de dados do *The Bureau of Investigative Journalism*

Em sua essência, o jornalismo é uma forma de produção social do conhecimento. O jornalista não cria ficção; sua função é informar sobre o que é relevante para a sociedade (GROTH,2011). Mas, diante da abundância de informação distribuída nas plataformas digitais e redes sociais, é inegável a perda da centralidade neste lugar de mediação que se assenta na construção de narrativas verdadeiras. O fenômeno da desinformação impulsionado pela ação de algoritmos contribui para disseminar o descrédito que enfraquece a autoridade profissional. Em um ambiente social marcado pela crise da modernidade, noções de expertise e perícia amplificam debacles e contestação (GIDDENS, 1991, 2002).

O impacto nas formas de produção e de circulação de notícias a partir da emergência da internet – que trouxe em seu bojo o então chamado *webjornalismo* ou *jornalismo digital* – introduziu os termos *crise* e *precarização* (MARCONDES FILHO, 2000; ADGHIRNI, 2005; ADGHIRNI & PEREIRA, 2011). Enquanto 63% da população brasileira busca informação nas redes sociais, as redações no país sofrem significativo esvaziamento, com mais de dois mil jornalistas demitidos entre 2012 e 2018, e ocorre uma queda vertiginosa no consumo de impressos – redução de 38% entre 2016 e 2021⁴. No mundo inteiro, a reconfiguração provocada pelo jornalismo pós-industrial (ANDERSON et al.,

² Embora utilizada de forma recorrente, vale ressaltar o significado de media mainstream. Traduzida, mainstream quer dizer convencional e refere-se às grandes organizações midiáticas. O termo designa a grande mídia em oposição às agências de notícias independentes, empresas ou startups que podem ou não ter perfil de organização sem fins lucrativos e estão fora daquela centralidade.

³ No original: Numbers can be manipulated. There have been many discussions even in the mainstream media that people know they cannot trust numbers always. What else people do most when that data journalism can play a part? It's when you give them the numbers that is important to them. It's a number they can understand. Em entrevista à autora no dia 22 nov. 2019, em Londres.

⁴ O número de jornalistas demitidos está no site A conta dos Passaralhos, do Volt Data Lab. As informações sobre consumo de notícias via redes sociais e encolhimento na produção de impressos está no 2021 Digital News Report do Reuters Institute. Disponíveis em <https://passaralhos.voltdata.info/> e <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/brazil>. Acessos, respectivamente, em 17 nov. 2021 e 29 out. 2021.

2013) atinge o campo profissional e afeta a legitimidade e o território da mídia.

A dispersão dos leitores – conectados no Facebook, Twitter, WhatsApp e outras redes – torna mais nebulosa a discriminação de informação fidedigna. O esgarçamento nas fronteiras profissionais, favorecido por novos arranjos produtivos, se expandiu com a entrada de novos atores (AGUIAR & SCHAUM, 2010; BRUNS, 2005; CASTELLS, 1999; GILLMOR, 2006, MEIKLE, 2003; JENKIS et al., 2013; MORAES, 2013; DEUZE & WITSCHGE, 2016; RODRIGUES, 2018). Dentro dessa perspectiva, Deuze e Witschge (2018, p.168) apontam críticas entre jornalistas, estudantes e acadêmicos acerca de uma suposta homogeneidade na profissão. Entretanto, independentemente do status, “os valores intrínsecos continuam a dirigir práticas no campo, tanto dentro quanto fora das redações” (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p.10).

Em meio a esse cenário, um “contramovimento” em torno de um jornalismo interessado em qualidade e profundidade desponta tanto no exterior quanto no Brasil (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p.10). Dentre as novas organizações – muitas com perfil sem fins lucrativos – observa-se a prática do *jornalismo de dados abertos* – uma rotina que ainda não se espraia entre a maioria das redações *mainstream*. De modo geral, estas seguem uma tendência comum para o segmento, como a de ter equipes menores com profissionais multimídia – programadores e *designers*. Cabe destacar que o *State of Nonprofit News 2021* – relatório sobre mídias filantrópicas elaborado pela entidade americana INN (*Institute for Nonprofit News*) desde 2008 –, revela um crescimento de 43% no tráfego dos sites deste setor, nos Estados Unidos. Formado prioritariamente por veículos digitais, apresentou um crescimento de 17% no contingente de profissionais – dos 2.700 empregados, 2 mil são jornalistas (ROSEMAN et. al, 2021).

Esse modelo jornalístico aglutina noções de objetividade, evidência e precisão e é visto como um caminho para reconstrução da confiança na mídia (HERMIDA & YOUNG, 2019, ANDERSON, 2018a; PARASIE & DAGIRAL, 2013; PARASIE, 2015, 2019; BORGES-REY, 2016). Hermida e Young (2019, p.9) propõem que a epistemologia e a expertise do JD estabelecem um senso de autoridade e identidade profissional. O relatório sobre o estado da mídia conduzido

pela *The Public Policy Forum*, uma organização *think tank*⁵ canadense, apontou como a fragmentação, a consolidação da receita e a indiferença à verdade superaram a concentração da propriedade como a principal ameaça para o processo de *accountability*⁶. O documento diagnostica a necessidade de apoio ao jornalismo de dados a partir de uma espécie de fundo democrático (HERMIDA & YOUNG, 2019).

Em diferentes países, o jornalismo de dados (JD) tornou-se parte da rotina nas redações, discutido por uma série de estudos que focalizam vertentes como o *jornalismo computacional* (GYNNILD, 2014; CODDINGTON, 2018, 2015; COHEN et al., 2011; FLEW et al., 2012; MANCINI & VASCONCELOS, 2016); o *jornalismo guiado por dados* (TRÄSEL, 2013; PARASIE & DAGIRAL, 2013; HOWARD, 2014) e *jornalismo de dados* (BORGES-REY, 2017; FINK & ANDERSON, 2015; GRAY, 2014; HERMIDA & YOUNG, 2019; BRADSHAW, 2017, CANAVILHAS, 2016). O *jornalismo de dados abertos* (JDA) também vem sendo analisado e é tema de dissertação de Marília Gehrke (2018a) e de sua tese em desenvolvimento – *Os elementos de transparência no jornalismo guiado por dados: a cobertura de jornais brasileiros sobre a COVID*.

Essa dimensão do JD foi abraçada por agências de jornalismo independente, como a americana *ProPublica*, a britânica *The Bureau of Investigative Journalism* (TBIJ), a alemã *Correctiv* e as brasileiras *Agência Pública*, *Gênero e Número* e a *Fiquem Sabendo* – agência de dados independentes especializada na Lei de Acesso à Informação – LAI⁷ (BRASIL, 2011).

O uso de dados nas rotinas jornalísticas não pode ser considerado uma novidade. O *The Guardian* publicou a primeira reportagem sobre dados em 1821⁸

⁵ Em sua maioria organizações sem fins lucrativos, os *think tank* funcionam como fábricas ou laboratórios de ideias que reúnem especialistas dispostos a pensar em estratégias políticas, econômicas ou culturais, entre outros temas.

⁶ O termo *accountability* tem sua origem na palavra latina *accomptare*, que significa tomar em conta. Sua conotação expressa a ideia de prestação de contas, de responsabilidade ética e, nesse sentido, remete a processos de transparência. Mais do que simplesmente prestar contas, processos de *accountability* possibilitam conhecimento e capacidade de avaliação à sociedade organizada. O direito à informação está na base desta concepção (SCHEDLER, 1999).

⁷ Lei de Acesso à Informação – LAI: Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acesso em 20 nov. 2020.

⁸ Uma lista vazada para o *The Guardian* por NH - iniciais de uma fonte anônima - mostrou uma discrepância numérica na ordem de 17.000 entre a quantidade oficial estimada de crianças atendidas pelo sistema público de educação britânico e os dados coletados pelo jornal. Na verdade, havia cerca

(ROGERS, 2013). No entanto, Anderson (2018a, p.1) observa que a compreensão do jornalismo quantitativo mudou no último século com uma percepção, entre cidadãos e jornalistas, sobre os dados como forma de “construir narrativas verdadeiras”. Sob uma perspectiva genealógica foucaultiana, Anderson localiza a ascensão da cultura de dados no século XIX, quando evidências numéricas apoiaram formas de geração de fatos e propiciaram maior consciência sobre a realidade social (ibidem). As primeiras pesquisas conduzidas no segmento das ciências sociais foram inspiradas por práticas jornalísticas e pelo paradigma da objetividade e influenciaram fortemente duas profissões cujas fronteiras se atravessam: cientistas sociais e jornalistas⁹ (ibidem, p.106).

Nos anos 1960, Philip Meyer expandiu os limites do jornalismo em direção às ciências sociais quando introduziu a ideia do *jornalismo de precisão*. Nessa busca pela origem do *big data*, Anderson observa a tentativa de Meyer de reconectar esses dois campos por meio de práticas computacionais:

Devemos estudar o processo (...); a maneira como uma variedade de processos, tecnologias e objetos de evidência contribuem para essa elaboração de esferas públicas e questões públicas. E a maneira como essas materialidades e discursos foram carregados de diferentes significados em momentos distintos. Nessa perspectiva, o “*big data*” pode ser visto como mais um objeto de evidência que entra na corrente sanguínea jornalística em um determinado momento ou em momentos. A questão será por que esses momentos (ANDERSON, 2018a, p.5)¹⁰.

O jornalismo de dados – em sua nomenclatura mais genérica – combina informações e verificação de fatos. A verificação é primordial para um jornalismo de qualidade. O JD pode ser materializado em mapas, tabelas, gráficos, animação interativa, mas é possível ser transmitido apenas a partir de relatos sobre os dados

de 25.000 crianças sem educação gratuita em Manchester e Salford, no Reino Unido (ROGERS, 2013, p. 60).

⁹ Anderson chama de “reportagem de pesquisa social” esse estilo híbrido de jornalismo: “Embora as organizações de notícias tenham usado dados, documentos, estatísticas e infográficos por décadas, nossa investigação sobre as culturas empíricas da verdade do jornalismo, em seu sentido verdadeiramente moderno - começa aqui, nos primeiros anos do século XX” (ANDERSON, 2018a, p.18).

¹⁰ Tradução da autora para: *We ought to study the process (...); the way that a variety of processes, technologies, and evidentiary objects contribute to this crafting of publics and public issues. And the manner in which these materialities and discourses have been loaded with different meaning at different times. From this perspective, “big data” might be seen as another object of evidence that enters the journalistic bloodstream at a particular moment or moments. The question will be why these moments* (ANDERSON, 2018a, p.5).

coletados. A “santíssima trindade” – observação, entrevistas e documentos – ainda está na base da objetividade e da noção de “objetos de evidência” (McGILL apud ANDERSON 2018a). Os documentos impressos do passado agora se transformaram em dados digitais extraídos por jornalistas de dados e acessíveis ao leitor. O acesso ao material bruto da reportagem através da hipertextualidade é o que caracteriza o *jornalismo de dados abertos* – objeto da pesquisa abordada neste documento acadêmico. Como Anderson (ibidem, p.7) destaca, a trajetória dos dados é bastante determinada pela maneira como seu propósito e uso são enredados historicamente.

A crescente datificação da sociedade e os movimentos *open data* que fomentaram a criação de portais de transparência em diversos países se entrelaçam com a cultura de dados que influencia a prática do jornalismo de dados (MAYER-SCHONBERGER & CUKIER, 2013). As ferramentas disponíveis foram coadjuvantes importantes na expansão do uso do JD e do JDA (ROGERS, 2013; BRADSHAW, 2017; GRAY, 2012; HOWARD, 2014). Como divisores de águas, coberturas que desvelaram volumes massivos de dados, como *Wikileaks* – vazamento de dados secretos sobre as guerras no Iraque e Afeganistão e de documentos diplomáticos americanos – e *Panama Papers* – que revelou operações ilícitas em paraísos fiscais –, auxiliaram na consolidação do JD e das práticas colaborativas. Evidenciam como o pensamento computacional sofreu influência do movimento *Open Source* (dados abertos) – que reúne hackers, programadores, jornalistas e cidadãos (LEWIS & USHER, 2014).

Embora o uso de *big data* esteja presente na grandes organizações de mídia, Deuze e Witschge (2016) sustentam que acadêmicos têm a responsabilidade de capturar e documentar modos pós-industriais de trabalho amparados em diferentes formas de captação, produção e divulgação de notícias. Apesar da notoriedade, a produção fora da centralidade ainda está em posição marginal na teorização do jornalismo (ibidem). Anderson (2011) pontua que as redações *mainstream* não podem servir de único modelo para o trabalho de campo uma vez que a própria definição do jornalismo sofre contestação. Deuze e Witschge ponderam:

O pertencimento, no jornalismo, não é apenas determinado por estar em uma sala de redação ou ficar fora dela (...). Há um alto grau de fluxo, o que borra os limites do dentro e do fora da redação e do seu ambiente. Nós precisamos rever a nossa compreensão das redações e, mais do que isso, nós precisamos

entender o seu papel para além do trabalho que é feito dentro de seus limites (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.16).

Uma faceta do jornalismo de dados de abertos (JDA) está intimamente relacionada com a noção de transparência. A possibilidade de verificação de processos adotados na construção da notícia a partir do recurso do hiperlink constitui uma tipologia que Coddington (2015, p.340) define como *transparência versus opacidade*, que se aplica à proposta de abertura de dados. O ritual perpetrado pelo JDA permite comprovar o teor das narrativas construídas pelos repórteres e se consubstancia a partir do uso de links. O potencial do hiperlink no jornalismo digital foi foco de pesquisas que tangenciam a questão da transparência a partir do acesso às fontes primárias de informação que, dessa forma, reforçam a confiabilidade na reportagem (KARLSSON, 2010; PLAISANCE, 2007; MEIER, 2009; HAYES et al., 2007; RUPAR, 2006, ALLEN, 2008).

Todo JDA se insere dentro do “guarda-chuva” do JD. Mas nem toda reportagem compreendida como JD ou JGD (jornalismo guiado por dados) se constitui JDA. Para além de sugerir a classificação e/ou definição de uma nomenclatura, o objetivo desta pesquisa é abarcar *a investigação da produção do The Bureau of Investigative Journalism e das agências brasileiras Pública, de São Paulo, e Gênero e Número, do Rio de Janeiro, como exemplos de evidência, precisão e transparência e, em última análise, de jornalismo de qualidade*. Organizações sem fins lucrativos, as três agências se destacam por dedicar parte significativa de suas produções ao *jornalismo de dados abertos* – com várias reportagens premiadas pela excelência.

As aulas de jornalismo investigativo, ministradas em parceria com o professor e orientador Leonel Azevedo de Aguiar na PUC-Rio, inspiraram, sobremaneira, a elaboração do *corpus* desta pesquisa. A pesquisa de mestrado em torno das rotinas produtivas do coletivo Mídia Ninja – que resultou no livro *Mídia Ninja: narrativas em disputa* (RODRIGUES, 2018) – foi uma primeira investida na investigação sobre questões relativas à método, objetividade e rigor empregado na produção da notícia no campo do midiativismo.

A noção de evidência, na pesquisa em tela, relaciona-se com a ideia de provas de evidência (TUCHMAN, 1972/1999; ANDERSON, 2018a) e com a regra de transparência de Kovach e Rosenstiel (2003). A eficiência e a eficácia estão na base do desempenho profissional, como destaca Guerra (2008, p.112). Segundo este

autor, a eficiência pode ser auferida a partir do esforço que as organizações empreendem na produção de notícias “que atendam aos parâmetros de qualidade considerados, verdade e relevância”. A eficácia se manifesta quando se atingem os objetivos que, em se tratando do jornalismo, são “notícias verdadeiras e relevantes” (ibidem, p.113). Esse pressuposto incita interrogações. Como as três agências em tela constroem narrativas eficientes, eficazes e, portanto, confiáveis por meio do uso de dados? Como o paradigma do *big data* afeta a rotinas de suas redações?

A **pergunta-chave** da pesquisa, então, é: *como o jornalismo de dados abertos das agências The Bureau of Investigative Journalism, Pública e Gênero e Número explicitam/revelam método e evidência nas reportagens?* Para chegar à(s) resposta(s) a esta pergunta-chave e considerando que as três organizações que foram alvo da pesquisa recorrem à estratégia performática da transparência a partir da abertura de dados aos leitores, identificamos algumas **subquestões**:

1) *O acesso ao material bruto (metodologias, spreadsheets¹¹, google docs¹² e GitHubs¹³) reforça evidências?*

2) Compreendendo que hipertextualidade oferece a transparência a partir de links que conduzem o leitor a documentos originais:
qual a eficácia desta tática no que tange à demonstração de qualidade?

3) Com respaldo na premissa de que o jornalismo de dados pressupõe uma nova epistemologia, tentamos extrair das entrevistas uma compreensão sobre:
como atingir a precisão a partir do jornalismo de dados?

4) E não nos furtando da possibilidade de empreender uma análise comparativa, questionamos:
como diferem os modos de fazer das três agências?

Ancorados na teoria do *newsmaking*, apresentamos a hipótese de que *o jornalismo de dados abertos cumpre as regras da objetividade e da transparência ao permitir a verificação de método e evidência e, com isso, explicita a qualidade*

¹¹ *Spreadsheets* são planilhas eletrônicas que servem para organizar e armazenar dados. São usadas por jornalistas de dados no processo de mineração, ou seja, na prospecção de dados que permitem detectar e revelar padrões de informação.

¹² O *google docs* é uma plataforma online que permite o trabalho compartilhado em tempo real onde todas as informações lançadas ficam arquivadas.

¹³ *GitHubs* são plataformas online que armazenam os códigos-fonte de arquivos *Git* (sistemas *open source*) e permitem o trabalho colaborativo com acesso à programação usada para construção, por exemplo, de mapas, tabelas e formatos interativos usados no jornalismo de dados.

da informação contida na reportagem. A fim de inferir o grau de transparência nas 135 reportagens analisadas das três agências, criamos dois indicadores macro (*método e evidência*) mensurados a partir de nove subindicadores: *metodologia, expertise, dados abertos, fontes dados, outras fontes, diversidade (fairness), visualização, fonte não identificada e efetividade*. Para isso, buscamos respaldo em pesquisas empíricas realizadas por autores do segmento do jornalismo do dados (LOOSEN et al.2015; OJO & HERAVI, 2017; HERMIDA & YOUNG, 2019).

O arcabouço teórico-metodológico da pesquisa assenta-se na “regra de transparência” de Kovach e Rosenstiel (2003), que estabelece o princípio da verificação. Outros autores também serviram de norte na elaboração dos critérios para mensuração porque buscaram estabelecer padrões de qualidade para o jornalismo, como os do *Ranking Q-Avalia* (GUERRA, 2020) e do *Projeto Credibilidade*¹⁴. Vale ressaltar que outros trabalhos se debruçaram sobre o mesmo tema (GUERRA, 2010; CHRISTOFOLETTI, 2010; CERQUEIRA, 2010,).

A partir do paradigma do método científico, o princípio da verificação ancora-se na possibilidade de comprovação de um experimento como pressuposto de objetividade e confiabilidade. A noção da *regra* sugere que o leitor estará apto a checar a informação e, portanto, a qualidade do conteúdo (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.128).

Com base nesses estudos, observamos a forma como atuam as três agências seguindo critérios que partiram de indagações e foram sendo registrados ao longo da pesquisa. Por esses critérios, buscamos verificar:

- atributos das fontes dados;
- atributos das fontes complementares e não identificadas;
- nível de expertise dos jornalistas envolvidos nas coberturas;
- efetividade da transparência a partir do funcionamento dos hiperlinks;
- nível de informação sobre metodologia;
- contribuição da visualização.

¹⁴ Disponível em <https://www.credibilidade.org/indicadores>. Acesso em 13 nov. 2020.

Para expandir o alcance da análise de conteúdo, realizamos quinze entrevistas em profundidade com jornalistas das agências, dentre os quais uma colaboradora do TBIJ, e uma entrevista com o então editor de meio ambiente do jornal *The Guardian* – que firma parceria com o TBIJ na cobertura de reportagens neste setor.

No percurso da tese, introduzimos, no capítulo 1, uma reflexão sobre a verdade e a qualidade como questão teórica tangenciando a noção do jornalismo como forma de conhecimento, como um bem público que é delimitado pela ética. E apresentamos nosso objeto em termos de materialidade no que tange aos efeitos de verdade do jornalismo de dados abertos.

A desconstrução e a revalidação do jornalismo são temas do capítulo 2, no qual buscamos explicar as razões do declínio da expertise abarcando a questão da modernidade. Por outro lado, situamos o impacto do ambiente de desinformação sobre o eixo profissional, levando em conta também as deformações nas práticas jornalísticas que contribuem para acirrar o descrédito. Na revalidação do jornalismo, refletimos sobre a nova centralidade e suas fronteiras e avançamos na discussão sobre o paradigma da objetividade e sobre o método, que tangencia questões como rigor e evidência e demarcam um território profissional. A proposta de quatro ciclos do jornalismo é uma hipótese teórica que entabulamos ao encerrar o capítulo 2.

Que condições levaram ao advento de práticas como a do jornalismo de dados abertos é o questionamento que procuramos responder no capítulo 3, tomando por base rotinas sedimentadas desde o século XIX. A partir de um percurso foucaultiano, delineado por Anderson (2018a), traçamos um histórico não linear do jornalismo de dados. E adentramos no terreno da epistemologia, no sentido da construção do conhecimento no jornalismo de dados.

Reservamos o capítulo 4 para apresentar o estudo de caso e a denominada *metodologia de transparência*, que resultou em uma mensuração do quão transparente são as reportagens produzidas pelas agências. As entrevistas nos auxiliaram a encontrar categorias que revelam rotinas e parâmetros epistemológicos. Portanto, o método criado originalmente para a pesquisa ora relatada mostrou-se eficiente e replicável. Adotamos a filosofia *open source* com a publicação de links para acesso às planilhas individuais de cada agência.

1. Verdade e qualidade como questões teóricas

A notícia como forma de conhecimento é fundamentada no pressuposto do relato verdadeiro. Por isso, o termo *fake news* – notícia falsa – transmite total incongruência. O jornalismo é marcado por um percurso histórico que o molda em diferentes suportes e formas de narrativa, mas, como atesta Genro Filho (2012, pp. 222-223), mesmo em sua vertente sensacionalista – que exacerba a singularidade –, a notícia pressupõe “a estruturação racional da realidade”. A deontologia da profissão estabelece, como uma de suas regras, a verdade como dever fundamental (CORNU, 1994).

A partir desta perspectiva, iniciamos nosso percurso refletindo sobre a verdade no subcapítulo 1.1, *A crença da verdade como princípio jornalístico*, um conceito aberto a controvérsias e, nos tempos atuais, alvo de detratores. Sem perder de vista que o fato jornalístico é um recorte no fluxo contínuo de acontecimentos, abordamos a noção de “verdade factual” e suas implicações (ARENDRT, 2006, LIPPMANN, 1920). Nesta interseção, as narrativas jornalísticas embutem uma verdade como correspondência, uma representação correta da realidade que fundamenta a noção da notícia como forma de conhecimento (SPONHOLZ, 2009; PARK, 1966; MEDITSCH, 1997; SODRÉ, 2009; FRANCISCATO, 2005).

Como um princípio jornalístico, a verdade está no cerne da deontologia da mídia. O subcapítulo 1.2, *Informação de qualidade como bem público*, considera a questão da ética e da qualidade da informação sob o ponto de vista deontológico. Uma revisão dos códigos que normatizam a profissão evidencia a consolidação de valores como relatos verdadeiros, precisão, verificação, fontes fidedignas e objetividade. A finalidade é estabelecer, justamente, que parâmetros de qualidade norteiam a construção de notícias credíveis e confiáveis, isto é, a precisão do conhecimento compartilhado pela mídia em forma de notícia (CORNU, 1994; GUERRA, 2008; BERTRAND, 1999; JONES, 1980; CHRISTOFOLETTI, 2011). Com um olhar crítico sobre os códigos e suas limitações, abordamos as implicações da Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (PAULINO, 2008) e esforços empreendidos, nos últimos anos, no sentido de assegurar a qualidade da informação (CHRISTOFOLETTI, 2011). Pesquisa realizada junto a jornalistas de 67 países, incluindo o Brasil, aponta que a maioria expressa aderência aos códigos deontológicos

(HANITZSCH et al., 2019), o que demonstra uma percepção viva entre profissionais sobre o papel que exercem no nosso cotidiano.

A importância da deontologia é redimensionada em função das mudanças impostas pela internet e suas implicações na legitimidade e credibilidade do jornalismo (BERTRAND, 1999) e, em última análise, em seu caráter de mediação. Neste sentido, a questão da qualidade da informação está ligada, de forma intrínseca, ao valor do jornalismo nas sociedades modernas – uma questão atrelada às normas de conduta do profissional da mídia no que tange à eficiência de sua atuação (GUERRA, 2008). No subcapítulo 1.3 (*O jornalismo importa?*), questionamos para que serve o jornalismo.

Ao traçar a evolução da cultura da notícia, mostramos como esta despontou paralelamente às revoluções históricas que forjam a correlação entre imprensa e democracia (TOCQUEVILLE, 1835; MEDINA, 1978; HALLIN & MANCINI, 2004; ZELIZER, 1993, 1999; SCHUDSON, 1999, 2018; ROSEN, 1999; PUTNAM, 2000; McNAIR, 2003; KOVACH & ROSENTIEL, 2003; CHRISTIANS et al., 2009; KARAM, 1998; KUNCZIK, 2002). Para tanto, vamos aos primórdios do jornalismo buscando perceber, já no século XVII, um “cariz essencialmente informativo” (SOUSA, 2004, p.34) e a percepção de que o jornalismo afeta nossa vida pública e privada.

A partir de uma revisão que tangencia as teorias normativas da mídia, compreendemos o fundamento lógico que explica o papel da mídia a partir da ideia de que a democracia é uma forma de comunicação na qual o cidadão monitora a atividade do governo e suas decisões. Destacamos o modelo “*trustee*” – termo cunhado por Schudson (1999) que embute noção de responsabilidade ou “papel de monitor” (*monitorial role*). Nesta jornada, vamos discutir questões como direito à informação, autonomia e independência, potencialidades e limites na interseção entre jornalismo e democracia (McCHESNEY, 1999; McQUAIL, 2013; SCHUDSON, 2008; BLUMLER & GUREVITCH, 1995; HALLIN & MANCINI, 2004; KEANE, 2011). Portanto, se o jornalismo cumpre um papel nas sociedades democráticas, cabe questionar que práticas jornalísticas favorecem o exercício desta missão.

Esta crença faz parte do *ethos* profissional do jornalista, apesar da vulnerabilidade do jornalismo na contemporaneidade, como corrobora Schudson (2008). Da credibilidade que legitima o lugar do profissional de mídia depende a

importância do jornalismo. A confiança se deposita em aspectos relacionados a práticas, *expertise* e normas que endossam um saber profissional – que resultará em produção com qualidade, eficácia e eficiência (GUERRA, 2008).

Em tempos de declínio de *expertise*, é consenso entre autores que estudam o campo do jornalismo de dados que esta prática jornalística reforça a precisão, ajuda a produzir narrativas verdadeiras e potencialmente aprimora a forma como o jornalismo pode contribuir para a democracia (COHEN et al., 2011; PARASIE & DAGIRAL, 2013; LEWIS & USHER, 2014; HOWARD, 2014; CHARBONNEAUX, J.; GKOUSKOU-GIANNAKOU, P;2015; FELLE, 2015; ANDERSON, 2018a HERMIDA & YOUNG, 2019; BORGES-REY, 2016). Borges-Rey (2016, p.842) observa que o jornalismo de dados, guiado por dados ou computacional – qualquer que seja a nomenclatura, engloba métodos que fortalecem a “infallibilidade numérica, o rigor científico e a neutralidade computacional” com performances percebidas pelo público como “mais precisas e transparentes”.

Partindo desta premissa, construímos o subcapítulo 1.4, *A materialidade performática: o papel do jornalismo de dados*, com a introdução de práticas que buscavam exatamente acentuar este rigor, como ocorre no jornalismo investigativo, no jornalismo de precisão e na RAC – Reportagem com Auxílio de Computador – desenvolvida por Philip Meyer (1973/2002). A intenção de Meyer era avançar o jornalismo na direção das ciências sociais e, com isso, aprimorar a qualidade dos relatos e observações dos repórteres. A própria RAC tornou-se uma ferramenta na investigação e é considerada o precursor do pensamento computacional que avançou com a emergência do jornalismo de dados. Nossa intenção aqui é mostrar como esta modalidade – ou especialidade, como denominam Hermida e Young (2019) – se coaduna com a função social do jornalismo.

1.1. A crença da verdade como princípio jornalístico

Não pode haver lei superior no jornalismo que dizer a verdade e envergonhar o diabo (Walter Lippmann)¹⁵

Em 28 de setembro de 1980, o jornal *The Washington Post* publicou *Jimmy's World*, reportagem sobre um menino de oito anos viciado em heroína. A

¹⁵ No original: *There can be no higher law in journalism than to tell the truth and shame the devil* (Walter LIPPMANN, 1920 p.24).

autora, a repórter americana Janet Cook, ganhou o prêmio *Pulitzer* pela reportagem que foi republicada em jornais nacionais e internacionais. Meses depois, Cook teve que abdicar da conquista ao admitir que a estória fora inventada por ela. O fato, que provocou erosão na reputação e confiança depositada em um longo *quality paper*, viralizou muito antes da era digital. Em carta assinada, a jornalista pediu “perdão ao jornal, à profissão, aos membros do comitê que concedeu a ela o prêmio e a todos que buscam a verdade”¹⁶.

Por imperativo muito diverso, em novembro de 1963, jornais americanos respeitadas noticiaram inverdades a partir de informação considerada fidedigna. Na Base Aérea de Andrews, em Washington, o secretário de defesa americano Robert Mcnamara, recém-chegado do Vietnã, informou aos jornalistas que os Estados Unidos avançavam vitoriosos sobre hostes vietcongues. Em 1971, o *Pentagon Papers* – uma investigação conduzida pelos jornais *Washington Post* e *New York Times* – revelaria que era mentirosa a versão da fonte oficial do governo. Da mesma forma, a imprensa mundial divulgou, em 2002, dossiê britânico com provas acerca de produção de armas de destruição em massa no Iraque. O argumento que respaldou a guerra do Iraque, invadida por uma coalisão entre Reino Unido e Estados Unidos, foi baseado em informações falsas¹⁷.

Três décadas depois, a proliferação de *fake news* constitui um desafio que mobiliza instituições públicas, plataformas digitais e agências de *fact-checking*¹⁸.

¹⁶ Em sua carta de confissão, Janet Cook acrescentou que “hoje, ao enfrentar a verdade, eu anuncio minha renúncia. Disponível em [https://www.cjr.org/the_feature/the_fabulist_who_changed_journalism .php](https://www.cjr.org/the_feature/the_fabulist_who_changed_journalism.php). Acesso em 10 mar. 2020.

¹⁷ Em 2004, a falsidade do relatório veio à tona através de outro relatório produzido, a pedido do Senado Americano pelo ISG (*Iraq Survey Group*) da CIA, que realizou 1.200 inspeções durante 15 meses no país. Duramente criticados, os governos americano e britânico foram alvo de inquérito que concluiu que a invasão foi feita sem esgotar opções pacíficas. Em 2011, o agente responsável pela informação mentirosa concedeu entrevista ao jornal britânico *The Guardian* admitindo que fabricara a informação. Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/15/defector-admits-wmd-lies-iraq-war>. Acesso em 02 jun. 2020.

¹⁸ O termo *fake news* embute um paradoxo. O conteúdo de qualquer notícia pressupõe um relato verdadeiro. A nomenclatura, entretanto, é largamente empregada como, por exemplo, na CPMI das *Fakes News* do Senado brasileiro, que identificou dois milhões de anúncios da Secretaria de Comunicação da Presidência do governo Bolsonaro em sites que publicam notícias falsas, entre eles o *Jornal da Cidade Online*. O projeto de lei 2630/2020 foi batizado de Lei das *Fake News* e visa a responsabilizar as redes sociais pela divulgação de notícias falsas e proibir contas que simulam ser pessoas, mas são, na realidade, robôs manipulados por organizações criminosas. O Supremo Tribunal Federal (STF) prossegue investigações sobre notícias fraudulentas iniciadas em março de 2019 batizadas de *inquérito das fake news*, prorrogado por mais seis meses, em junho de 2020. A diligência – que motivou a elaboração do *projeto de lei das fake news* – levantou que 12 perfis nas redes sociais disseminam conteúdo falso sobre ministros do STF.

Ao ser contestado pela agência de checagem *Aos Fatos*, o *Jornal da Cidade Online* substituiu informação falsa sobre TSE por outra com nova chamada que ainda distorce a informação, traz dados truncados e não apresenta clareza: *TSE quase¹⁹ entregou os códigos de segurança das urnas eletrônicas para venezuelanos e negou acesso aos auditores brasileiros²⁰*. A organização – que lançou a revista *A Verdade*, acessível apenas para assinantes – é alvo de processos de investigação pública e da sociedade civil²¹ e apenas um exemplo de fonte de desinformação.

Por fabricação deliberada, apuração deficiente ou distorção intencional, todas as reportagens acima mencionadas infringem a deontologia da mídia em uma de suas regras ontológicas: a verdade como dever fundamental do jornalismo (BERTRAND, 1999; CORNU, 1994; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). A distinção clássica de Lippmann (1920/2010, p.304) entre notícia e verdade sinaliza a primeira como um evento, enquanto a segunda tem a função de revelar fatos escondidos dentro de um contexto. O próprio jornalista e filósofo americano argumenta que “a imprensa, em outras palavras, pode lutar pela extensão de verdades reportáveis” (ibidem, p.306).

O termo *verdade* incita uma série de questionamentos e contestações com raízes na filosofia e implicações que tangenciam questões da modernidade e da pós-modernidade. Na contemporaneidade, a prática do negacionismo está no cerne da desgastada nomenclatura *pós-verdade* e imprime significativo debacle às verdades científicas (ver subcapítulos 2.1, *A erosão da expertise*, e 2.2, *Desinformação, distorção e deformação*). Seja qual for a reflexão sobre verdade, o conceito está intimamente ligado à epistemologia da profissão e ao seu código deontológico. A ideia de jornalismo como forma de conhecimento pressupõe relatos verdadeiros (SPONHOLZ, 2009; MEDITSCH, 1997; BERGER, 2011), e a crença na veracidade dos enunciados dá sustentação à confiança e à credibilidade na mídia (LISBOA & BENETTI, 2015).

¹⁹ Grifo da autora

²⁰ A notícia original tinha o título “TSE entregou os códigos de segurança das urnas eletrônicas para venezuelanos e negou acesso aos auditores brasileiros”. O original pode ser visto na reportagem da agência. A CPMI das Fake News descobriu perfis falsos entre dois repórteres da equipe. O site tem tom sensacionalista com viés de apoio ao governo. Disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/tse-nao-entregou-codigos-de-seguranca-das-urnas-venezuelanos-licitacao-citada-sequer-ocorreu/>. Acesso em 03 jun. 2020.

²¹ O coletivo ciberativista *Sleeping Giants* – que combate desinformação e discursos de ódios no ambiente digital – denunciou o *Jornal da Cidade Online*, *Conexão Política* e outros. Disponível em https://twitter.com/slpng_giants_pt. Acesso em 08 jun. 2020.

Ao invocar a verdade no jornalismo, é crucial pontuar que o conceito da verdade *per se* tem leituras sob diferentes prismas. É possível conhecer a verdade? Como compreendê-la? Arendt (2006) diferencia a “verdade factual” – que diz respeito a uma realidade compartilhada e não se subsume à argumentação – àquilo que chama de verdade filosófica. Esta advém de um tipo de raciocínio, de uma abstração racional (p.232)²². Estabelece que “fatos estão além do consenso e da aceitação” (ibidem, p.236). Ao axioma da “verdade fatual”²³, Arendt (2006, p.245) impõe como seu reverso “a falsidade deliberada, a mentira ou o erro” e considera que mesmo o terreno da verdade científica é passível de erro. A filósofa traz reflexões que tangenciam o próprio fazer jornalístico ao encarar, nos meandros da mentira ou da distorção, obstáculos à percepção do que é veracidade:

(...) As mentiras sempre foram consideradas como ferramentas necessárias e justificáveis ao ofício não só do político ou do demagogo, mas também do estadista. Por quê? E o que isso significa, por um lado, para a natureza e dignidade do âmbito político e para a natureza e dignidade da verdade e da veracidade, por outro lado? (ARENDR, 2006, p.223)²⁴.

Sobre a natureza do que é factual, Lippmann (1922, 143) ressalta que, enquanto um acontecimento não se define em algum aspecto como fato consumado, não é possível separar a notícia do “oceano de verdades possíveis”²⁵. Dentro desta perspectiva, Arendt (2006, p.234) questiona-se: “fatos, independente de opiniões e interpretações, existem afinal?”. Ao pontuar o processo de escolha exercido por historiadores em meio a um caos de ocorrências sucessivas, Arendt alerta para a

²² No original: *Facts are beyond agreement and consent*. Arendt categoriza a verdade filosófica como a verdade racional oriunda de raciocínio lógico, de especulações individuais que resultam em um atributo imperativo singular (Arendt, 2006, p.233).

²³ No original: *The hallmark of factual truth is that its opposite is neither error nor illusion nor opinion, no one of which reflects upon personal truthfulness, but the deliberate falsehood, or lie. Error, of course, is possible, and even common, with respect to factual truth, in which case this kind of truth is in no way different from scientific or rational truth*. Em sua tese *O problema da verdade na obra de Hanna Arendt*, Geraldo Emery Pereira (PEREIRA, 2017), argumenta que a verdade se impõe como elemento de resistência, como memória fatual, como veracidade frente à desconfiança total. Pereira relaciona Arendt com Foucault no que tange seu conceito de *parrésia*, apresentado em *A coragem da verdade. A parrésia implica a coragem de dizer a verdade, mas também a coragem de ouvir e aceitar a verdade* (FOUCAULT, 2011,p.13).

²⁴ No original: *Lies have always been regarded as necessary and justifiable tools not only of the politician's or the demagogue's but also of the statesman's trade. Why is that so? And what does it mean for the nature and the dignity of the political realm, on one side, and for the nature and the dignity of truth and truthfulness, on the other?*

²⁵ No original: *The course of events must assume a certain definable shape, and until it is in a phase where some aspect is an accomplished fact, news does not separate itself from the ocean of possible truth*.

impossibilidade da ausência de interpretações, mas reafirma a verdade factual como limite, ou barreira, para qualquer tipo de adulteração ou obscurantismo sobre o que acontece no presente ou o que aconteceu no passado, uma de suas preocupações recorrentes. Se, como a pensadora estabelece, um fato só o é se falado, seu registro tem sempre caráter vulnerável.

(...) as evidências factuais são estabelecidas através de depoimento de testemunhas oculares – notoriamente não confiáveis – e de registros, documentos e lembranças que podem ser suspeitos de falsificações. No caso de uma disputa, (...) apenas testemunhas, mas nenhuma terceira e mais alta instância, podem ser invocadas, e o consenso geralmente é alcançado por maioria; isto é, da mesma maneira que a solução para controvérsias de opinião – um procedimento totalmente insatisfatório, já que não há nada para impedir falsos testemunhos. Pelo contrário, em certas circunstâncias, o sentimento de pertença pode até encorajar falso testemunho (ARENDETT, 1954/2006, p.239)²⁶.

A partir de um referencial semântico, o psicólogo Wendell Johnson²⁷ (1966) observa como um fato tem, como característica, a incompletude demarcada pelas limitações na capacidade humana de observação que nem mesmo um microscópio extingue. A credibilidade repousa na qualidade do observador e na percepção de consistência e confiabilidade da informação gerada pelos demais. Wendell corrobora Arendt ao ressaltar que, em muitos casos, o que é observado não pode ser verificado por uma segunda parte (ibidem, p.33). Ao enfatizar, muito antes da existência das redes sociais, que um fato se torna mais credível à medida que mais pessoas concordam com sua veracidade, o autor aponta para um fator que pode explicar a força da desinformação.

²⁶ No original: *factual truth is no more self-evident than opinion, and this may be among the reasons that opinion-holders find it relatively easy to discredit factual truth as just another opinion. Factual evidence, moreover, is established through testimony by eyewitnesses – notoriously unreliable – and by records, documents, and monuments, all of which can be suspected as forgeries. In the event of a dispute, only other witnesses but no third and higher instance can be invoked, and settlement is usually arrived at by way of a majority; that is, in the same way as the settlement of opinion disputes – a wholly unsatisfactory procedure, since there is nothing to prevent a majority of witnesses from being false witnesses. On the contrary, under certain circumstances the feeling of belonging to a majority may even encourage false testimony.*

²⁷ O psicólogo americano Wendell Johnson, considerado uma influência importante na área da linguística, oferece importante reflexão para o campo jornalístico ao contribuir com artigo *Words and not-words* publicado no clássico *Mass Media and Communication*, editado por Charles Steinberg – que inclui o artigo de Robert Park, *As notícias como forma de conhecimento* (STEINBERG, 1966).

Ao adentrar em território que abarca desde motivações pessoais, que podem ser levianas, a possíveis inconsistências ou deslizos, Arendt não pretende afirmar a impossibilidade da verdade factual, mas o oposto. Trinta anos antes, Lippmann (1920, p.34) voltava sua atenção para a questão, ao refletir sobre o risco de perda de contato com a informação objetiva que “não é o que alguém deseja que seja verdade, mas o que está além de todas as nossas opiniões”²⁸. A inquietação de Lippmann encontra eco em Arendt, para quem a verdade factual se opõe à opinião “em seu modo de afirmar a validade” (ARENDR, 2006, p.235)²⁹.

As motivações e reflexões desenvolvidas por Arendt e Lippmann mostram-se não só atuais como vislumbram um cenário em que mesmo fatos checados e confirmados muitas vezes não perdem o rótulo de informação falsa. O jornalista e comentarista político argumenta que fazer de suas próprias crenças uma lei superior à verdade fere o sistema constitucional³⁰, tornando, como o autor compreende, a sociedade vulnerável a brutalidades e demagogias. Na mesma linha de pensamento, Arendt³¹ argumenta que mesmo reconstruções históricas sujeitas a subjetividades não são “argumentos contra a existência da matéria factual, nem podem servir de justificativa para obscurecer as linhas divisórias entre fato, opinião e interpretação, ou como uma desculpa para o historiador manipular os fatos como bem entender” (ARENDR, 2006, 234)³².

Neste sentido, a corrente sofista, que Aristóteles chamou de “sabedoria aparente, mas não real”, é reconhecida pela habilidade de arrolar argumentos capciosos ou enganosos, produzir a ilusão da validade e operar argumentos que

²⁸ No original: (...) *Not what somebody wishes were true, but what it's so beyond all our opining.*

²⁹ No original: (...) *All truths – not only the various kind of rational truth but also the factual truth – are opposed to opinion in their **mode of asserting validity*** (grifo da autora desta tese).

³⁰ No original: (...) *make of their own beliefs a higher law than truth, they are attacking the foundations of our constitutional system.*

³¹ Em sua obra, Arendt (2006) revela sua preocupação em torno da extensão em que mentiras podem incorrer na reescritura da história contemporânea, no descrédito do testemunho; na forma como fatos reconhecidos podem ser negados ou negligenciados ou mesmo distorcidos por mentiras orquestradas ou por falsidades. Em nota de rodapé, a autora expõe, entre as razões para escrever o artigo *Truth and Politics*, a tentativa de contestar “a incrível quantidade de mentiras” oriundas das controvérsias sobre a publicação do livro *Eichmann in Jerusalem*, escrito por ela a partir do julgamento de Adolf Eichmann em Israel, oficial nazista considerado um dos mentores do Holocausto: “Mentiras sobre o que eu havia escrito por um lado, e sobre fatos que havia relatado, por outro” (ARENDR, 2000, p.223).

³² No original: (...) *but they are not arguments against the existence of factual matter, nor can they serve as a justification to blur the dividing lines between fact, opinion, and interpretation, or as an excuse for the historian to manipulate the facts as he pleases.*

parecem verdadeiros, mas não o são³³ (ABBAGNANO, 2007; FORSTER & FURLEY, 1955). Dentro da tradição platônico-aristotélica, verdadeiro é o discurso que apresenta as coisas como elas são. Aristóteles afirma: “Negar aquilo que é e afirmar aquilo que não é, é falso, enquanto afirmar o que é e negar o que não é, é a verdade” (ABBAGNANO, 2007, p.994).

Em termos filosóficos, a verdade se desdobra em cinco conceitos: a verdade como correspondência, a verdade como revelação, a verdade como conformidade a uma regra, a verdade como coerência e a verdade como utilidade. Como inferiu Platão: “verdadeiro é o discurso que diz as coisas como são; falso é aquele que as diz como não são” (ABBAGNANO, 2007, p.995). A noção de verdade se coaduna com as práticas jornalísticas em um de seus conceitos empregados de maneira mais abrangente: a verdade como forma de correspondência, ideia compartilhada por filósofos, como Kant, Tarski e Russell, a partir da lógica platônico-aristotélica (ibidem, pp.994-996).

A verdade, sob a perspectiva da correspondência, se estabelece quando a veracidade é fruto da correlação com um fato correspondente, ou seja, quando a verdade em uma proposição pressupõe uma representação correta da realidade, teoria compartilhada por Searle, Russell e Wittgenstein (SEARLE, 1995). No conhecimento do mundo que se dá a partir de significados verbais, há uma conexão entre linguagem, as palavras e a realidade (WENDELL, 1966, p.35). Da mesma forma que Arendt, Searle (1995) defende a existência dos fatos, a despeito da percepção de fragilidade arguida por autores como Strawson (STRAWSON apud SEARLE, 1995, pp.204-205).

Na correspondência aos fatos, como assinala Searle (1996), coexiste uma variedade de modelos em que uma proposição representa com precisão como as coisas são, em atos e falas assertivas. O filósofo atenta para a necessidade de reconhecer a condição imprecisa ou aproximada da proposição que não invalida sua veracidade. Precisamos permitir que a proposição seja aproximadamente

³³ Ao tratar de sofisma e retórica em *A Ética Jornalística e o Interesse Público*, Karam recorre à Bárbara Cassin para expor que o conhecimento da sofística é limitado em função da tradição platônico-aristotélica da filosofia e ressalta que os primeiros sofistas, chamados de “mestres da Grécia” por Hegel, são homens de poder que sabem como persuadir, comover uma assembleia pelo domínio da linguística e da retórica. Karam destaca que os editoriais são discursos que se valem da retórica e de estratégias sofisticadas. “Nesse caso, o discurso tanto pode ser falso como verdadeiro, pois, pela argumentação, convencimento e produção de sentido e ações, é muitas vezes elaborado em benefício próprio (KARAM, 2004, pp.104-106).

verdadeira. “A afirmação que a terra está a 93 milhões de milhas do sol é apenas aproximadamente verdadeira. Neste caso, a afirmação corresponde aos fatos de forma aproximada” (ibidem, p.213).

Como destaca Searle (1995), proposições ou sentenças falsas estão assentadas em inverdades, mas não na realidade ou no mundo objetivo a qual se relacionam. Ao classificar “fatos brutos” – definidos na observação ou no conhecimento empírico – e “fatos institucionais” – cuja existência demanda ingerência humana –, Searle reforça que fatos, de forma geral, estão acima de invenções ou criações humanas (ibidem, pp.2-3).

A atribuição de “verdadeiro” às declarações não é arbitrária. As afirmações são verdadeiras em virtude de condições no mundo que são inerentes às descrições. (...) afirmações são verdadeiras pela forma como os objetos se apresentam no mundo, independente de relatos. Precisamos de termos gerais para nomear como-são-as-coisas-no-mundo, e o fato se constitui uma forma de afirmação (SEARLE, 1995, p. 219)³⁴.

A partir da teologia moral, um acontecimento é definido no latim pela nomenclatura *casus* (caso); o fato que requer do sujeito uma interpretação do real é um *casus facti*, um caso de fato, enquanto o resultado de uma suposição ou imaginação é um *casus ficti*, um caso fictício (SODRÉ, 2009, p.28)³⁵. A partir das ideias de Wittgenstein, ao discorrer sobre o fato, Sodré argumenta que este pressupõe uma objetivação conceitual da realidade apreendida pelo sujeito ao perceber, atuar e ver dentro de um processo de identificação do mundo. Sob esse ponto de vista, são os fatos que tornam as proposições verdadeiras, uma vez que o enunciado verdadeiro, em tese, concordará com a realidade – antigo entendimento de verdade na interseção entre representação e fato (ibidem, p.30).

Conhecer, portanto, é ter representações verdadeiras da realidade, como afirma Searle (1996, p.151). O sentido de conhecimento implica obter ou reconhecer informações corretas. Proposições falsas não geram conhecimento. Acreditar em um relato sem saber se envolve informação precisa – um fenômeno banalizado nas redes

³⁴ No original: *The assignment of “true” to statements is not arbitrary. In general, statements are true in virtue of conditions in the world that are not part of the statement. Statements are made true by how things are in the world that is independent of the statement. We need general terms to name the how-things-are-in-the-world, and fact is one such term.*

³⁵ Segundo Sodré, a palavra *casus* origina-se de *cadere*, que significa cair. “A maçã cair do galho da macieira é algo que acontece, mas não é necessariamente um caso, a menos que tenha caído sobre a cabeça de Newton, como reza a mitologia sobre as circunstâncias da descoberta da gravidade” (SODRÉ, 2009, p.29).

sociais – não se constitui conhecimento. O processo de conhecimento requer o reconhecimento de que se possui a informação correta e verdadeira – uma capacidade cognitiva que difere os homens dos animais irracionais. Do contrário, o pretense conhecimento se reduz à obtenção de dados oriundos de fontes que – mesmo que consideradas credíveis – podem ser propagandistas de mentiras ou ilusões (LEHRER, 2000, p. 5-6). Russell (1959) pondera que a teoria da verdade deve admitir a falsidade como seu oposto:

Podemos fazer inferências falsas de nosso conhecimento direto. Mas o conhecimento direto, ele mesmo, não pode ser enganoso. Assim, não existe qualquer dualismo em relação ao conhecimento direto. Mas existe um dualismo em relação ao conhecimento de verdades. Podemos crer no falso, como verdadeiro (RUSSELL, 1959, p.185).

Neste sentido, é importante particularizar o tangenciamento de verdade e jornalismo dentro de uma perspectiva epistemológica que compreende a correlação do conhecimento com o saber verdadeiro. O enunciado jornalístico pressupõe uma equivalência com o fato ou situação ao qual faz referência. Este processo de produção de conhecimento se configura em uma reconstrução da realidade pela linguagem – realidade midiática – na qual a objetividade baseia-se em uma correspondência gradual. À inegável controvérsia embutida na ampla discussão sobre o conceito de verdade podemos depreender, a partir da visão de Popper, que “não é possível ser dono da verdade, mas aproximar-se dela” (SPONHOLZ, 2009, p.19).

Ao empreender uma análise pormenorizada sobre a essência do jornalismo enquanto fenômeno emergente no final do século XIX e início do século XX, Otto Groth consolida o arcabouço da Ciência dos Jornais (*Zeitungswissenschaft*) e observa como a imprensa – restrita, na época, a publicações impressas – representava uma ferramenta nas mãos da burguesia interessada em um “conhecimento rápido e confiável contínua e ininterruptamente sobre os mundos diante de si” (GROTH, 2011 p. 171). Ao jornalismo, portanto, cabe a tarefa de nos informar acerca do conhecimento sobre tudo o que é relevante em sociedade e do presente momentâneo, aponta Groth (ibidem).

Esta noção da notícia como forma de conhecimento seria sistematizada em 1940, pelo sociólogo americano Robert Ezra Park. Com base em nomenclatura cunhada pelo filósofo pragmatista William James – o “conhecimento de” e o

“conhecimento sobre”, Park (1966, p.127) compreende a notícia proveniente dos dois tipos de conhecimento. O *conhecimento de* (ou *acquaintance with*) é o da familiaridade, adquirido na experiência e cognição individuais, de forma empírica, que resulta em habilidade pessoal, aquilo que pode ser chamada de hábito (ibidem, p128-129). O *conhecimento sobre* não é o que se aprende apenas no acúmulo da experiência, mas o resultado de investigação sistemática, mais analítico.

Como Park exemplifica, o *conhecimento sobre* é baseado na observação e nos fatos: “fatos que foram verificados, catalogados e, por fim, sistematizados consoante a proposta do investigador” (ibidem, p.129)³⁶. O *conhecimento sobre* envolve respostas a perguntas referentes à vida em sociedade. Na medida em que é científico, o *conhecimento sobre* constitui-se em um corpo de fatos e teorias credenciadas com base em evidências que tendem a afirmar e qualificar o que expõem (ibidem, pp.129,131). Ao contrário do relato histórico, Park nota que a notícia não busca atrelar acontecimentos. No entanto, percebe seu valor documental:

O fato de as notícias circularem espontaneamente (...) – e também livremente sem inibições ou censura – parece ser responsável por outra característica – (...) que a distingue de outros tipos de conhecimento relacionados embora menos autênticos – nomeadamente rumor ou a fofoca. Para que um relato de eventos tenha qualidade de notícias, ele deve ser publicado (...). A publicação tende a dar à notícia o caráter de documento público. Notícias são mais ou menos autenticadas pelo fato de terem sido expostas ao exame crítico do público a quem são dirigidas e com cujos interesses estão envolvidas (PARK, 1966, p.135)³⁷.

Sob o prisma da correspondência, Park percebe propriedades na natureza da notícia que permitem a decodificação de “mundos diante de si”. “A vantagem de substituir o curso real dos acontecimentos por palavras, conceitos e uma ordem lógica”, argumenta o sociólogo, “está em que a ordem conceitual torna inteligível

³⁶ No original: (...) facts that has been checked, tagged, and finally ranged in this and that perspective, according to the purpose (...) of the investigator.

³⁷ No original: The fact that news ordinarily circulates spontaneously (...) – as well as freely without inhibitions or censorship - seems to be responsible for another character – distinguishing it from related but less authentic types of knowledge – namely rumor and gossip. In order that a report of events current may have the quality of news, it should be published (...) Such publication tends to give news something of the character of a public document. News is more or less authenticated by the fact that is has been exposed to the critical examination of the public to which it is addressed and with whose interests it is concerned (PARK, 1966, p.135).

a ordem do real” (PARK, 1966, p.130)³⁸. Encontra seu lugar dentro do que entendemos como o processo de *conhecimento de* e *conhecimento sobre*, pois, como estes, também funciona em um *continuum*, ou seja, de forma contínua (ibidem, p.131).

Ao partir do mesmo pressuposto da correspondência, Adelmo Genro Filho (1987/2012, p.196) argumenta que não é possível conhecer integralmente o todo – “que é uma totalidade em processo de totalização, autoprodução permanente e eterna” – portanto, o fato jornalístico é um recorte no fluxo contínuo de acontecimentos que impõe, *per se*, escolhas. Neste sentido, Genro Filho se coaduna com Arendt e Searle ao ressaltar que o material dos fatos existe para além do sujeito. Se é ingênua a noção de que a compreensão do mundo parte de fatos desassociados de qualquer ideologia ou concepção *a priori*, Genro Filho repara como a verdade se baseia em matéria objetiva que faria oposição ao subjetivismo e ao relativismo:

Vejam um exemplo extremo: ocorreu um fato que envolve Pedro e João no qual o último resultou mortalmente ferido por um tiro disparado pelo primeiro. Posso interpretar que Pedro “matou”, “assassinou” ou “tirou a vida de João”. Ou ainda que Pedro apenas executou, sob coação, um crime premeditado por terceiros. Não posso esconder, entretanto, que Pedro atirou contra João e que este resultou morto (GENRO FILHO, 1987/2012, p. 197).

Ao compartilhar o pensamento teórico de Park, Genro Filho (1987/2012) e Meditsch (1997) não se eximem de apontar fragilidades e controvérsias no conhecimento que advém da notícia. Para Sousa (2002) e Tambosi (2005), a própria noção de fato e os critérios e formas como são definidos são passíveis de contestação. O conhecimento do jornalismo é menos rigoroso do que aquele gerado pela ciência formal. No entanto, se afasta do menos artificial e esotérico (MEDITSCH, 1997, p.7).

Como atesta Meditsch (ibidem, p.7), o jornalismo se diferencia da ciência pelo corte abstrato a que se propõe, no qual o isolamento de variáveis dá lugar à tentativa de apreensão de um fato por um prisma global de aspectos relevantes. Genro Filho (1987/2012, p.191) estabelece a diferença acessando conceitos hegelianos de singularidade, particularidade e universalidade. Enquanto a Ciência

³⁸ No original: *The advantage of substituting words, concepts, and a logical order for the actual course of events is that the conceptual order makes the actual order intelligible.*

procura superar o singular e o particular em um patamar de universalidade obtida na concreticidade, o jornalismo pretende apreender a singularidade no contexto de uma particularidade específica que se alcança com generalizações, conexões limitadas e atribuição de sentido ao singular.

No relato de um fato, o critério jornalístico está ligado de forma intrínseca ao singular. Porém, o conteúdo da informação se associa “contraditoriamente” à particularidade e universalidade definidas pela subjetividade do jornalista (GENRO FILHO, 1987/2012, p.172). Se o singular está na estrutura interna da notícia, é através da singularidade que se cristaliza a significação inscrita no particular e no universal. Os dois últimos delineiam aquilo que o conteúdo informa. Muniz Sodré (2009, p.59) tece reflexões que complementam esta discussão ao assinalar que há uma construção de um singular por parte dos profissionais da mídia, já que a notícia não é reflexo automático da realidade.

Genro Filho (1987/2012), por sua vez, exemplifica como o singular se subsume ao universal. A notícia sobre o espancamento de uma mulher é qualificada, de forma universal, como “um ato de crueldade”, ou seja, enquadra-se no gênero de “atos cruéis”. Desta forma, o próprio evento, em sua singularidade, não traz uma contribuição para a complexificar, acrescentar ou negar a dimensão particular e universal do público sobre o tema crueldade. A “fecundidade do singular” se dilui na esfera legítima e criadora da realidade do conhecimento (GENRO FILHO, 1987/2012, pp.190-191). A partir da reflexão de Genro Filho, Sodré pondera:

A complexidade do atual é a noção-chave: a ideia de jornalismo como uma forma de conhecimento próprio, voltado para a *atualidade do fato*, seria capaz de revelar a especificidade dessa prática profissional. O pressuposto desenvolvido por Genro Filho (o jornalismo como visibilização pública do singular) direciona a forma da estrutura do seu produto básico, a notícia. Por meio dela, a informação individualiza a situação ou fato apresentado, procurando em seguida, quando for o caso, demonstrar o quanto o universal existe, contextualizando-a na realidade circundante (espacialidade) e pontuando-a com a realidade histórica que a constitui (...) (SODRÉ, 2009, p. 63).

A universalidade que a notícia propicia, como expõe Meditsch (1997, p.8), é precária levando em conta que se estabelece de maneira imperfeita a partir da premissa da esfera pública democrática. Entretanto, como observa este autor, o jornalismo possibilita a articulação da comunicabilidade entre diferentes classes

sociais: “enquanto a ciência evolui reescrevendo o conhecimento do senso comum em linguagens formais e esotéricas, o jornalismo trabalha no sentido oposto”.

Dessa forma, o jornalismo – dentro da premissa do *conhecimento sobre* – possibilita o compartilhamento de um senso comum de realidade. Do ponto de vista do indivíduo, Meditsch recorre a Berger e Luckmann a fim de observar que há uma contínua correspondência nos significados partilhados no que se refere a um “mundo intersubjetivo” do qual todos os homens participam na vida cotidiana – daquilo que faz parte do que é considerado senso comum. Os autores nomeiam e diferem outras realidades de que temos consciência como o mundo solitário dos sonhos. Com sua facticidade evidente e compulsória, a realidade cotidiana conserva seu caráter dominante mesmo que “todos os campos finitos de significação caracterizem-se por desviar a atenção da realidade da vida cotidiana” (BERGER & LUCKMANN apud MEDITSCH, 1997, pp. 6-7).

Importante notar a forma como a ciência avança no sentido de uma valorização do senso comum que se reproduz espontaneamente no cotidiano: “o senso comum é conservador e pode legitimar prepotências, mas, interpretado pelo conhecimento científico, pode estar na origem de uma nova racionalidade”, reflete Santos (2008, pp.88 e 90). A ciência pós-moderna reabilita o conhecimento “vulgar e prático” com o qual o ser humano orienta suas ações. Entretanto, é no positivismo que repousa o espírito do jornalismo que adere aos “fatos brutos” (SODRÉ, 2009; SCHUDSON, 2010). Se não parte de um referencial teórico ou de hipóteses, o jornalismo é produzido na observação da realidade – um aspecto da metodologia científica (MEDITSCH, 1997).

A ideia de que a realidade precisa ser observada para ser conhecida marcou uma mudança de paradigma predominante na segunda metade do século XIX e influenciou profissões como medicina, ciências sociais e economia. A visão positivista impacta também a prática jornalística no que tangencia o empirismo, a coleta de dados e o método científico (MINDICH apud SPONHOLZ, 2009). Anderson (2018a) observa a ausência de fronteiras entre “quase-profissões” como jornalistas e cientistas sociais no final do XIX e começo do século XX. Schudson (2010), por sua vez, destaca como a investigação social sistemática tornou-se quase um modismo e como observar era um fator *sine qua non* para os repórteres nos Estados Unidos. Silveirinha e Camponez percebem como esse estatuto da ciência atravessa as rotinas produtivas:

A observação tem de preceder qualquer atividade e o observador público (o repórter) é um homem de valor crítico. Qualquer dinheiro ou o esforço que se gaste para colocar o homem certo neste trabalho nunca será mal gasto, pois a saúde da sociedade depende da qualidade da informação que recebe (SILVEIRINHA & CAMPONEZ, 2012, p.51).

É válido evocar as críticas ao princípio positivista de infalibilidade da ciência que abarcam, *per se*, a desmistificação do ideal de verdade única e relativizam o próprio conceito de objetividade e seus limites lógicos (MEDITSCH, 1997, p.4). Da mesma forma, Sodré (2009, p.31) relembra os questionamentos da filosofia e aponta não ser possível que fatos imprimam o rigor adequado ao conhecimento. Entretanto, a objetividade jornalística, sustenta Sponholz (2009), é praticada na construção da notícia quando a realidade é codificada. Mas Meditsch demonstra que é mais pertinente falar em enunciado verdadeiro. Ao evocar Bakhtin (1979) e Traquina (1993), Meditsch cita o primeiro no que tange à linguagem enquanto produto histórico e cultural e o segundo pelos estudos científicos que mostram como a realidade, no jornalismo, é uma construção que se atrela a técnicas, formas de manejo e às matérias-primas que interferem no resultado final:

Por este caminho, procura-se distinguir a verdade que um enunciado pode conter da realidade mesma, a realidade referente que se encontra fora do enunciado. Falar de “a verdade”, enquanto substantivo, atributo coisificado, assim vai perdendo o sentido. Mais apropriado será se falar no adjetivo, no enunciado “verdadeiro”. E poderão existir muitos enunciados verdadeiros, eventualmente até contraditórios entre si, ainda que cada um coerente com seus pressupostos, porque nenhum enunciado é capaz de esgotar a realidade inteira (MEDITSCH, 1997, p.4).

E Adelmo Genro Filho acrescenta:

Pode-se falar do jornalismo como uma forma de conhecimento porque, distinto da comunicação elementar e cotidiana, não se trata de algo espontâneo associado naturalmente à consciência individual e às relações externas imediatas de cada pessoa, mas de um processo que socialmente coloca complexas mediações objetivas, que implica uma divisão de trabalho e – por consequência – um fazer e um saber específico (GENRO FILHO, 1987/2012, p.137).

O papel da informação, como sentença Cornu (1994, p.104), é “responder ao direito do público de conhecer a verdade”. A despeito das peculiaridades que envolvem o relato jornalístico naquilo que tange à verdade e à correspondência com a realidade, existe uma presunção, como reconhece Sodré (2009), de que a

notícia expõe o fato social. Diante disso, o *casus ficti*, que, no jornalismo, é visto como fraude, vai de encontro ao estatuto profissional do jornalista. A credibilidade – “o principal capital simbólico do jornalista” – é decorrente de um pacto implícito entre o jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador pautado na ideia de objetividade em que se diferencia texto opinativo de notícia (SODRÉ, 2009, pp.42-43). Na interseção da filosofia e do jornalismo, a pesquisadora Soysal (2019) exemplifica a expectativa do público:

Quando dizemos que precisamos de informações para atingir nossos objetivos, o que realmente queremos dizer é que precisamos de informações verdadeiras. Suponha que me digam falsamente que um furacão não atingirá minha cidade. Se eu agir de acordo com esta notícia, provavelmente não alcançarei meu objetivo de ficar longe do furacão. Como regra geral, precisamos saber (ou acreditar) que lidamos com verdades, o que nos permite tomar decisões corretas (SOYSAL, 2019, p.3)³⁹.

A premissa de que o conhecimento é uma crença verdadeira justificada (LEHRER, 2000; GOLDMAN, 1979) é a base da noção de verdade como coerência que também atravessa a epistemologia do jornalismo. Nossas crenças se constituem conhecimento somente se forem verdadeiras e justificadas. Lisboa e Benetti (2015, p.11) pontuam que o público deve crer que o jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve ser justificada em seu próprio discurso. Sem esta correlação, as autoras compreendem que não se dá o processo de conhecimento através do jornalismo.

A crença verdadeira justificada apoia-se necessariamente em um elemento verdadeiro, ao contrário da crença religiosa, que pode dispensar esse pré-requisito (TAMBOSI, 2005 p.34). Mas, o que torna uma crença uma verdade justificada? Ao empreender esta investigação, Goldman (1999) ressalta como uma crença pode ser oriunda de uma premissa falsa, incorreta ou de uma intuição – não necessariamente verdadeira. Portanto, o autor assinala ser essencial que a crença seja construída a partir de requisitos que a respaldem de forma ampla, consolidada e reiterada. A premissa é evidente – o que se constitui sinônimo de justificado – se é inconfundível, palpável, conspícua, clara como um cristal. “Raciocínio confuso,

³⁹ No original: *when we say that we need information to achieve our goals, what we really mean is that we need true information. Suppose I am falsely told that the hurricane is not going to hit my city. If I act on this report, then I will most likely not achieve my goal of staying away from the hurricane. As a general rule, we need to know (or believe) truths to make the best possible decisions to achieve our goals.*

pensamento positivo, mera adivinhação ou generalização precipitada”⁴⁰ induz a falsas crenças. Ao contrário, a formação de uma crença sólida e permanente é baseada em modelos de percepção assentados em processos confiáveis.

A confiabilidade é o que estes processos parecem ter em comum: as crenças que produzem são verdadeiras. Minha proposição, portanto, é (...) que o status justificador de uma crença se dá a partir da confiabilidade no processo de construção de crenças verdadeiras e não falsas (GOLDMAN, 1999, p.95)⁴¹.

De acordo com a fundamentação teórica de Goldman, Lisboa e Benetti (2015, p.16), o jornalismo torna-se uma “crença verdadeira e objetivamente justificada”⁴² quando produzido por processos, faculdades e métodos confiáveis. Embora reconheçam que o relato jornalístico nunca deixará de ser uma interpretação, os autores pontuam o caráter plausível e razoável que imprime legitimidade a esse relato. A justificação encontra-se ancorada na plausibilidade – a argumentação que valida uma crença. A ordenação dentro de um sistema de padrões calculados e previstos faculta a constituição de um paradigma de veracidade e confiabilidade, como pontua Graham (2010), e faz com que o jornalismo adquira credibilidade ao corresponder à função de oferecer relatos verdadeiros (LISBOA & BENETTI, 2015, p.16).

Esta tese não objetiva discutir a razão por que o público alimenta a crença no falso – crescente tema de pesquisas⁴³. Entretanto, não é possível abordar a questão da crença verdadeira justificada sem considerar o impacto das redes sociais na propagação de informação, especialmente de falso conteúdo. A própria produção deliberada de *fake news* se vale do formato jornalístico para se legitimar a partir do paradigma de confiança baseado no pressuposto do relato jornalístico verdadeiro. Meditsch (1997), há mais de 20 anos, já alertava para o fato de o processo de

⁴⁰ No original: *confused reasoning, wishful thinking, reliance on emotional attachment, mere hunch of guesswork, and hasty generalization* (GOLDMAN, 1979, p.95).

⁴¹ No original: *What these processes seem to have in common is reliability: the beliefs they produce are generally true. My positive proposal, then, is this. The justificational status of a belief is a function of the reliability of the process to produce beliefs that are true rather than false.*

⁴² Ao abordar a correlação entre jornalismo, conhecimento e verdade, Tambosi (2005) e Sousa (2002) já percebiam um elo entre o conhecimento e a crença verdadeira e justificada (com base em autores como Lehrer e Chisholm). Goldman (1979) também se debruça sobre o tema da CVJ. Neste sentido, Tambosi pontua que o conhecimento no jornalismo se dará apenas se a crença for baseada em informação correta, isto é, verdadeira (p.38).

⁴³ Silvia Moretzsohn desenvolve pesquisa sobre credibilidade na mídia na Universidade do Minho, em Portugal e pretende averiguar, entre outras questões, a crença no falso. A pesquisadora acredita que a investigação demanda uma abordagem multidisciplinar.

conhecimento sofrer influência da socialização e das experiências, ao citar investigações sobre mudanças no processo de pensar e conhecer engendradas pela emergência da mídia digital (GOODY, 2012; ONG, 1986; LÉVY, 1993 apud MEDITSCH, 1997). A realidade dos algoritmos nas redes sociais que intensifica a disseminação de falsas crenças (ver subcapítulo 2.2) é mais um fator que reforça a necessidade de reflexão sobre o fazer jornalístico em meio à disputa de narrativas nas plataformas digitais. Como atesta Goldman (1999, p.97), “crenças que são intuitivamente justificáveis resultam de processos não confiáveis”⁴⁴.

Lisboa e Benetti (2015, p.22) assinalam que “a crença simples passa a ser verdadeira e justificada, ou seja, um conhecimento”, quando o receptor percebe e qualifica o jornalismo enquanto discurso confiável. Importante frisar que o conhecimento produzido pelo jornalismo se torna credível em face dos processos de apuração assentados no rigor, na pluralidade de visões, objetividade e clareza na apresentação dos fatos. As práticas jornalísticas têm como finalidade evitar erros e produção de notícias falsas – ou *casus ficti* – que acentuariam a quebra de confiança na exatidão da notícia (LISBOA & BENETTI, 2015). Cornu parametriza ao sentenciar:

Sendo o jornalista responsável pela verdade, a objetividade, como intenção na ordem dos fatos, não pode ser simplesmente expulsa a favor de uma honestidade definida muito vagamente. Se tivéssemos de exprimir a sua exigência por meio de um só critério prático, esse critério seria o do rigor no método. O rigor é ir ao fundo das investigações materialmente realizáveis [...]. É a recolha de todos os fatos confirmados disponíveis. É tudo que se opõe à falsificação, à deformação, à mentira. [...]. Perante o objeto fugaz que é o acontecimento, apanhado ‘no som e na fúria’, o jornalista não está dispensado de recorrer aos instrumentos elementares de sua deontologia, a fim de garantir uma correta descrição dos fatos: publicar unicamente informações essenciais; não alterar nem textos, nem documentos; retificar uma informação publicada que se revele inexata (CORNU, 1994, p. 391).

A credibilidade fundamenta-se na percepção do receptor entre realidade social e realidade midiática (SPONHOLZ, 2009, p.17). A credibilidade, que Berger (1996) aponta como fator mais importante para o jornalismo, é resultado de negociação constante e intensa entre emissores e receptores e envolve o

⁴⁴ No original: *Beliefs that are intuitively justified might be said to result from perfectly unreliable processes.*

reconhecimento da audiência. Numa relação intersubjetiva, a credibilidade constituída (construída pela fonte) só tem valor e relevância a partir da credibilidade percebida pelo público. A primeira influencia e nutre a segunda, uma vez que se legitima a partir de indicadores – como processos de verificação rigorosa – que retroalimentam a confiança e a credibilidade da audiência (LISBOA, 2012).

A confiança recai, primordialmente, no status institucional do jornalismo, que, historicamente, cumpre o papel de reproduzir, a partir da fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências, uma reconstrução discursiva do mundo para um público amplo e disperso (FRANCISCATO, 2005, p.167). Mas, como argumentam Lisboa e Benetti (2015, p.19), não há apenas uma confiança no que é dito – ou seja, no conteúdo – mas na figura de quem enuncia. Miguel (1999, p.201), por sua vez, introduz a ideia de sistema perito – que remete à questão do método – e recorre a Bordieu para destacar a forma como a imprensa contribui para a produção de capital simbólico ou “crédito social” que permite a alguns indivíduos ocuparem posições de autoridade em determinados campos.

Fato é que a verdade sobre assuntos distantes e complexos não se mostra necessariamente evidente, como expõe Lippmann (1922/2010, p.275). Do ponto de vista aristotélico, o autor pondera que persiste o problema de “como fazer o mundo invisível visível aos cidadãos do estado moderno”. Para Lisboa e Benetti (2015, p.14), as escolhas discursivas, as fontes especializadas e a fotografia são recursos usados para tornar credível o relato jornalístico. Sousa (2002, p.4), no entanto, traz a questão da fragilidade imposta pela dependência nas fontes cuja credibilidade pode ser refutada e que determina uma relação indireta com a verdade. Como observa Cornu (1994, p.432), o dever da verdade passa por um compromisso com a missão pública da informação e pela responsabilidade ética do jornalista e o respeito ao público que vai além das imposições dos códigos deontológicos. Sousa reforça encadeamentos pertinentes à profissão:

O jornalismo pode, naturalmente, ser abordado de diferentes ângulos. Mas estando em causa a sua relação com a verdade, concederemos que importa aqui encará-lo, sobretudo, enquanto forma de conhecimento. Um conhecimento parcial, mas em progressão para a verdade e que, no caso do jornalismo, notoriamente se situa entre o rigor sistemático e analítico próprio das ciências, e o menos prevenido recurso ao senso comum (SOUSA, 2002, p.5-6).

Cornu (1994) recorre à Arendt para reforçar que o jornalista, como um observador do real, assume um “privilégio vertiginoso” no ato de observar e dizer a verdade que exige uma posição de exterioridade. O jornalismo não se constitui em prática política no sentido estrito, mas, ao se inscrever no espaço público, permite ao profissional um lugar de resistência “contra a deriva mercantil do conjunto do sistema midiático, contra a *pressão comercial*⁴⁵ que se exerce desde o século XIX sobre sua atividade” (CORNU, 1994, p.390).

Mesmo no caso do jornalismo sensacionalista, que exacerba a singularidade do fato, GENRO FILHO (2012, pp.222-223) observa que a notícia se assenta em certa racionalidade. E argumenta: “o jornalismo sério busca organizar uma estruturação racional da realidade” na qual os fatos são articulados dentro da lógica oriunda da positividade do capitalismo, que se ampara “no consenso burguês e não no caos intelectual e subjetivo, como acredita Ciro Marcondes Filho”.

Apesar da crescente desconfiança no jornalismo que conduz a questionamentos sobre o papel da imprensa, há um fundamento que permanece como norte contra visões pessimistas ou fatalistas: a exigência da verdade como conceito normativo (CORNU, 1994, p.394). E Cornu busca esse princípio na estrutura formulada por Höffe para a justiça, tendo a filosofia política como fio condutor: 1) os media estão obrigados à verdade, 2) a verdade é o critério normativo e crítico da informação e 3) a informação verdadeira é a forma legítima da comunicação. E o que isto significa?

Que os meios de informação, como instituições, não podem furtar-se à exigência da verdade sem pôr em causa sua própria razão de ser. Uma notícia que não seja orientada para a verdade – nem que essa verdade seja parcial e provisória, e consciente de o ser – não será uma informação. Pertence a outra categoria, que releva da estratégia (por exemplo, apregoar o falso para saber o verdadeiro) ou da pura e simples tráfallice. Os media falhariam gravemente a sua missão, que é fornecer aos atores sociais (...) os instrumentos de compreensão que lhes permitam situar-se na sociedade. A informação seria desviada, seria deformação (CORNU, 1994, p.394).

A reflexão de Cornu nos remete à confissão de Janet Cook: ao mentir deliberadamente, Cook transpôs a fronteira que separa informação de deformação. Ao atrelar conceitos como verdade como correspondência e jornalismo como forma

⁴⁵ Grifo do autor.

de conhecimento, o caso permitiu apresentar visões críticas, controvérsias e, conseqüentemente, limitações impostas ao campo do jornalismo. No próximo subcapítulo, vamos abordar mecanismos que tentam demarcar o teor fidedigno do relato jornalístico – ou seja a qualidade da notícia – e de que forma isso se relaciona com a questão do direito à informação ou a da informação como bem público.

1.2. Informação de qualidade como bem público

Em recente pronunciamento com ampla divulgação na grande mídia, o procurador-geral da República, Augusto Aras, recomendou cuidado aos leitores: a disseminação de notícias falsas abarca “todos os segmentos da comunicação moderna”⁴⁶. No dia 08/07/2020, o *Facebook* bloqueou 88 contas responsáveis por disseminar *fake news*, coordenadas por funcionários da presidência brasileira e de gabinetes do senador Flávio e do deputado federal Eduardo, filhos do presidente da república, Jair Bolsonaro⁴⁷. A desqualificação da mídia, entretanto, é recorrente em falas e publicações nas redes de Bolsonaro, na mesma linha de atuação adotada previamente pelo então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e pelo presidente russo, Vladimir Putin. A rede de apoiadores de Bolsonaro festeja o fim do monopólio da verdade por parte da mídia em ataques via *Twitter*.

O descrédito na mídia, comprovado por pesquisas junto à audiência, mostra a queda na confiança do público⁴⁸. A fragmentação imposta ao campo do jornalismo pelo advento das plataformas digitais redundou na disseminação de desinformação impulsionada por algoritmos ou por compartilhamentos individuais ou coletivos⁴⁹. O compromisso com a verdade do conteúdo não necessariamente rege boa parte da produção acessível via *Facebook*, *WhatsApp* ou *Twitter*. A “crise” enfrentada pela

⁴⁶ *Procurador-geral da República relaciona leitura de jornais a notícias falsas*. Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/procurador-geral-da-republica-relaciona-leitura-de-jornais-noticias-falsas-1-24473393>. Acesso em 11 jun. 2020.

⁴⁷ Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/facebook-derruba-rede-de-paginas-coordenada-por-funcionarios-da-presidencia-e-dos-gabinetes-de-flavio-e-eduardo-bolsonaro.html> Acesso em 10 jul. 2020.

⁴⁸ Disponível em https://www.cjr.org/special_report/how-does-journalism-happen-poll.php. Acesso em 25 mar. 2019.

⁴⁹ Pesquisa realizada por Vosoughi, Roy e Aral (2018) concluiu que o comportamento humano contribui mais para a divulgação de falsidades do que a ação de *bots*. Portanto, os autores compreendem que é necessário fazer intervenções para dissuadir usuários a compartilhar informação sem comprovação.

mídia tradicional – com a redução drástica de profissionais nas redações – também impacta a qualidade das informações veiculadas pela grande mídia.

Muito antes do advento da web 2.0, em 1989 (WU, 2012; LEVY, 1993), que fez proliferar o protagonismo de profissionais e/ou cidadãos nas redes digitais, já se questionava o impacto do avanço tecnológico no campo jornalístico e a qualidade da notícia. O século XIX assistiu ao surgimento de novas técnicas de produção na esteira de mudanças demográficas e urbanas que impactaram grandes centros urbanos e, por conseguinte, a própria indústria da mídia (SCHUDSON, 2010a; MARCONDES FILHO, 2000; HABERMAS, 1984). “A transformação de artesãos intelectuais em produtores de notícia provoca questionamentos acerca das condições de exercício correto e ético da função”, observa Cornu (1994, p.35).

A percepção da influência da propaganda na produção jornalística, no período entreguerras suscita reflexões sobre o empobrecimento do jornalismo (LIPPMANN, 1922/2008). Na década de 1960, estudos de *bias* – termo que sugere falta de objetividade e neutralidade – apontam o viés ideológico. Herman e Chomsky (2002) evocam a teoria da ação política para contestar a atuação da mídia, que, na visão dos autores, reforça o consenso e se alinha aos interesses econômicos e institucionais (HERMAN & CHOMSKY, 2002; TRAQUINA, 2012). De outra forma, a mídia bolchevique assume o papel de propagandista e agitador coletivo com a função de educar as massas (KUNCZIK, 2002).

Ao observar a realidade do jornalismo, em 1997, Bertrand nota como a importância da deontologia é redimensionada, ganha impulso e fôlego em virtude das transformações que impactaram o campo jornalístico. Se estimula, por um lado, a democratização da informação; por outro, pode facilitar a manipulação. Em pesquisa de campo realizada, em 1993 e 1994, em países da Europa, Bertrand (1999, p.24) inferiu a preocupação com a inexatidão e o hibridismo entre marketing e notícia, vínculos entre mídia e governos, restrições à atuação do jornalista, a proliferação de *reality shows*, a baixa da credibilidade e do prestígio da profissão. O cenário atual só reforça a validade da aplicação dos códigos.

Em sua raiz grega, o termo *deontologia*, criado pelo filósofo e jurista Jeremy Bentham, diz respeito a deveres; estabelece um certo número de regras morais e pressupõe um caráter instrumental que tangencia o profissionalismo (CORNU, 1994, p.38). Os códigos deontológicos aplicados ao jornalismo foram desenvolvidos como tentativa de criar salvaguardas que sustentem, em última

análise, “a verdade como valor fundamental” na produção da notícia (ibidem, p.75). A finalidade, *per se*, é servir de parâmetro para a construção de relatos verdadeiros, credíveis e confiáveis. Estrategicamente, os códigos perseguem a qualidade da informação veiculada, ou seja, a precisão do conhecimento compartilhado pela mídia em forma de notícia.

Para explicar o fenômeno da comunicação, o matemático americano Claude Shannon relativiza o conceito de entropia como um estado de ignorância ou falta de informação. Em sua teoria, Shannon lança mão dos conceitos de raridade, ruído e redundância. A raridade mede a novidade ou o valor da notícia; o ruído é o que prejudica a clareza ou a precisão, e a redundância serve como confirmação do que foi informado. A entropia indica o nível de ignorância ou falta de informação. O processo da comunicação, na proposta de Shannon, realiza um elo entre o estado entrópico – que envolve incerteza, desordem e ruído – e o estar bem informado (MARCONDES FILHO, 2012, pp.105-106).

Mas, como observa Marcondes Filho (2000, p.107), este procedimento lógico não consegue abarcar a questão da qualidade da informação e a dimensão do processo comunicacional que envolve complexidades culturais – “faz parte de um teatro muito maior composto de *mise-en-scène*”. O autor aponta a dicotomia entre comunicação e jornalismo. Enquanto comunicação ganhou o significado de conteúdo que visa fabricar fatos ou atrair a atenção de jornalistas sobre certos acontecimentos ou factoides (relacionado com o universo das assessorias de imprensa ou de assessorias de partidos políticos, por exemplo), o jornalismo distingue-se por envolver a busca por informação que não é entregue “de graça” e que é considerada notícia por sua própria natureza. O jornalismo investigativo é um braço que avança dentro deste contexto (ver subcapítulo 1.4).

Bertrand (1999, p.40) argumenta que a maioria dos códigos se referem ao jornalismo de informação, que se difere da imprensa de opinião ou partidária. A nomenclatura define práticas que emergem no século XIX, com a valorização da precisão dos fatos e da atuação profissional que se consolida a partir da “era do repórter”, expressão batizada por Schudson (2010a). Para Bertrand, a mídia de entretenimento também informa, embora a agenda não seja a mesma (ibidem, p.41). Aqui, vale reinvocar Genro Filho (2012), para quem mesmo o sensacionalismo – criticado por Habermas e pela Escola de Frankfurt – não se exime de oferecer a fidedignidade nos relatos jornalísticos.

Em momentos distintos, tanto Walter Lippmann quanto Hanna Arendt expressaram apreensão quanto à consequência da manipulação, da omissão ou a deturpação da verdade (ver subcapítulo 1.1). O sentimento que une os dois pensadores é a preocupação sobre a informação de qualidade como bem público. Na década de 70 do século XVIII, o advogado americano James Madison – um dos mentores da Declaração dos Direitos e da Constituição Americana que viria a se tornar o quarto presidente do país – já nutria a mesma angústia sobre o papel da imprensa: “o conhecimento sempre governará a ignorância” (KUNCZIK, 2002, p.27). Thomas Jefferson, outro presidente americano, concordava: “se eu pudesse decidir se devemos ter um governo sem jornais ou jornais sem governo, não vacilaria um instante em preferir o último”⁵⁰ (ibidem).

Embora tenha seu lugar de mediação enfraquecido pelo poder das redes sociais, o jornalismo mantém seu status na sociedade enquanto fonte de informação, de conhecimento e como formador de opinião (SPONHOLZ, 2009; BENEDETI, 2009; LIPPMANN, 1920; CHRISTIANS et al., 2009). O jornalismo, sustentam Sponholz e Meditsch (2015), tem “algo de específico e insubstituível” que não permite que se torne obsoleto (GROTH, 2011, pp.22-23). Como expõe Guerra (2008), a pressuposição de um papel a cumprir impõe um imperativo ético e incorre na necessidade de normatização da atividade profissional no sentido de preservar um comportamento a ser seguido.

(...) os jornais devem se empenhar diariamente em prezar pela credibilidade que conquistaram. Não é fácil. Toda a conduta eticamente pautada se caracteriza por uma dramaticidade vivida pelo indivíduo. (...) Um eterno dilema no jornalismo, por exemplo, é a necessidade de vender jornal e fazer jornalismo de qualidade. Na ânsia das grandes vendagens, para sustentar a saúde financeira da empresa, a informação pode se converter em ficção ou em interpretações precipitadas sobre os fatos. Eis a credibilidade e o imperativo ético fundante da instituição jornalística indo para o ralo (GUERRA, 2008, p.33).

O imperativo ético é um fator *sine qua non* para a existência e permanência da profissão, uma vez que legitima a prática e respalda a credibilidade. De um lado, o jornalista se compromete com o rigor; do outro lado, o leitor confia no conteúdo

⁵⁰ Comentário de Thomas Jefferson a respeito da importância de a mídia circular informação completa para a massa da população na ocasião da Rebelião de Shays contra impostos cobrados pelo governo americano, entre 1786 e 1787. A revolta serviu de embrião para o processo de elaboração da Constituição americana (KUNCZIK, 1997, p. 27).

veiculado. Marcondes lista alguns delitos que depõem contra a prática jornalística e, conseqüentemente, afetam a credibilidade da mídia (MARCONDES FILHO, 2000, 137):

1. apresentar um suspeito como culpado;
2. vasculhar a vida privada de pessoas, publicar detalhes significativos de personalidades e autoridades com a intenção de desacreditá-las;
3. construir uma história falsa, seja em apoio a versões oficiais, seja para justificar uma suspeita;
4. publicar o provisório e o não confirmado para obter o furo, transformar o rumor em notícia;
5. filmar e transmitir um suicídio ao vivo;
6. expor pessoas para provar um flagrante;
7. aceitar a chantagem de terroristas;
8. incitar rachas;
9. maquiagem uma entrevista coletiva ou exclusiva;
10. comprar ou roubar documentos;
11. gravar algo à revelia, instalar microfones escondidos;
12. omitir que se é jornalista para obter confidências.

Em uma pesquisa realizada na Alemanha, em 1979, por Kepplinger e Vohl, 85% dos jornalistas entrevistados afirmaram que a exatidão na reportagem é responsabilidade do jornalista, mas apenas 25% se consideravam responsáveis por eventuais conseqüências negativas causadas por matérias veiculadas (KUNCZIK, 2002, p.43). Uma série de estudos empreendidos em diferentes momentos observam condutas jornalísticas questionáveis como, por exemplo, comprar informação ou usar documentos oficiais sem permissão (CHRISTIANS et al., 1991; WEAVER et al., 2007; WEAVER & WILLNAT, 2012; BOYNTON, 2008; SANDERS, 2003; BREVINI et al., 2013).

Em nome do furo de reportagem, itens da lista enumerada por Marcondes Filho são eventualmente desrespeitados, um ponto que gera polêmica. No dia 13 de março de 2020, o jornal britânico *The Guardian* destacou, em seu website, que o presidente Bolsonaro havia testado positivo para coronavírus baseado em informação de colunista de um veículo brasileiro, fato posteriormente desmentido. A nota não foi retirada imediatamente da versão online do periódico. A instantaneidade do jornalismo digital favorece a publicação de notícias pouco precisas – por vezes incorretas – que demandam atualização, ou seja, coloca-se em risco o rigor e o trabalho de verificação (CORNU, 1994, p.391). A questão do rigor, como anteviu Cornu, suscita uma “vontade de resistência” (ibidem).

Quais são as prerrogativas éticas para que um repórter alcance seu objetivo de trazer à luz um fato? Usar câmera escondida é um recurso utilizado em reportagens de TV e jornais especialmente no jornalismo investigativo – uma vertente que suscita discussões epistemológicas e de método no que tange, geralmente, a agenda de interesse público. Os códigos deontológicos, por sinal, servem para reforçar os valores compartilhados pelos jornalistas sobre seu papel. Bertrand (1999, p.4) destaca que a mídia “é uma indústria, um serviço público e uma instituição política”. Neste sentido, as normas servem como parâmetro de postura ética e norteiam a atividade jornalística e, conseqüentemente, a credibilidade depositada em quem a exerce.

Portanto, a exigência da verdade e da precisão funcionam como uma bússola para os jornalistas. Dentro do objeto a que se propõe, a deontologia envolve indicadores que apontam a qualidade da informação: o tratamento dado às fontes, a fiabilidade e a transparência sobre as mesmas e também a transparência em relação ao público. Não é concebível “desnaturar” documentos, ou seja, suprimir ou acrescentar elementos que deturpem o conteúdo (CORNU, 1994, p.80). Se a fonte não pode ser situada, identificada e confirmada, a deontologia da profissão determina que o jornalista não torne pública a informação apurada, formula Cornu (ibidem, p.77).

Neste sentido, *The World of Journalism Study (WJS)* – uma pesquisa sobre a cultura jornalística com mais de 27.500 profissionais de 67 países, dentre os quais o Brasil – revela controvérsias sobre algumas práticas, como uso de documentos sem autorização ou de câmera escondida. Entretanto, a perspectiva da maioria dos entrevistados se coaduna com normas profissionais estabelecidas pelos códigos (HANITZSCH et al., 2019, p.286). Finalizada em 2017, a pesquisa aponta a crença preponderante na necessidade de adesão aos códigos de ética, a despeito de contextos particulares em cada país. Os autores do estudo citam pesquisa prévia feita na América Latina por Harlow e Salaverría (2016, p.27), em que a maioria dos jornalistas online concorda com a importância de construir relatos verdadeiros.

Os códigos deontológicos reafirmam a verdade e a relevância como indicadores de qualidade jornalística dentro de um contexto que encontrou ambiente favorável com a emergência das sociedades democráticas no século XIX. Para Guerra (2008), os códigos ajudam a consolidar o modelo de mediação uma vez que cumprem papel fundamental, pois permitem a avaliação pública da

atividade jornalística. A adesão é importante do ponto de vista do profissional que segue reafirmando a importância dos códigos, como mostra a abrangente pesquisa *Worlds of Journalism*.

Como estabelece Guerra, o aspecto normativo, no que este diz respeito ao trabalho jornalístico, relaciona-se com a pergunta: para que serve o jornalismo? A finalidade ou missão do profissional de mídia é construir conteúdos verdadeiros e relevantes que, em última análise, fornecem a medida do nível de qualidade da informação. Na outra ponta do binômio qualidade, está a normatividade técnica atrelada ao domínio de métodos, à expertise no desempenho da função, ou seja, à “habilidade no cumprimento da missão” e, fundamentalmente, sua aplicação prática (GUERRA, 2008, p.114).

Do ponto de vista do leitor, a confiança é atrelada a expectativas de conduta. Sob a perspectiva de Weiner, Lisboa e Benetti (2015) argumentam que ao perder-se a credibilidade, perde-se também a capacidade de induzir outrem à crença em seus relatos. A confiança se apoia em um tipo de fiança que corrobora a crença numa verdade justificada e se correlaciona com valores éticos e morais que se aplicam na avaliação do veículo que origina a informação (ibidem, p.53). A atividade jornalística exige o reconhecimento e aceitação de certas regras sem as quais as práticas se afastarão da epistemologia do jornalismo (ibidem, p.54). Um fato inegável é que existe um descaso de uma parcela dos leitores quanto à expertise e normas (ver subcapítulo 2.1) e a escolha deliberada pelo compartilhamento de informação com qualidade questionável.

Se há afrouxamento dos códigos deontológicos por parte de empresas midiáticas e profissionais, isso deveria se constituir um paradoxo. Se uma parte do público entende que a mídia não respeita os códigos deontológicos, há um estímulo ao descrédito em relação à atividade⁵¹. O entendimento da ética como uma escolha individual impinge sobre o profissional o compromisso de seguir o que é considerado certo. À luz da teoria do filósofo Paul Ricoeur, Cornu (2015) assinala que ética é aquilo encarado como bom, e o que é obrigatório remete a questões morais.

⁵¹ Pesquisas de recepção sobre credibilidade empreendida pelo *Reuters Institute* da Universidade de Oxford, em produção, procuram entender a percepção do leitor sobre as fontes de informação e como estas são avaliadas. A aceitação de conteúdo falso e o crescimento do descrédito na mídia explicam este tipo crescente de investigação.

As ações humanas são orientadas por um conjunto de regras morais e éticas. As regras morais, como primeira instância, dão conta de hábitos e comportamentos que regem as relações em sociedade, dentro de um caráter mais universal. Já a ética sugere valores adotados por cada sujeito. Dessa forma, a ética diz respeito a preceitos que normatizam atividades humanas. Na perspectiva de Kant, a ética dita práticas boas e justas. Do ponto de vista teleológico, a conduta moral humana se mede por suas consequências, o que pode redundar em um utilitarismo (CORNU, 2015).

A ética utilitarista, como expõe Cornu (2015, p.109), é uma forma abusiva que pode ter como objetivo último apenas construir uma boa imagem; “é ostentada, livre para responder apenas à constatação que ‘a ética compensa’”. Se a legitimação do trabalho jornalístico passa pela credibilidade do leitor na correção do que é veiculado, a ética pode ser invocada de forma cínica como um marketing que se baseia em mensagens retóricas. Veículos da mídia *mainstream* se apegam ao termo *fake news* para se diferenciar e afirmar seu compromisso com a verdade. Ao nutrir uma postura crítica em relação a certos discursos empresariais jornalísticos que reforçam, por exemplo, responsabilidade social, Karam salienta que se a mensagem não corresponde à práxis, contribui para o acirramento do descrédito na mídia:

Ao não tratar intensa e persistentemente de fenômenos como fome, miséria e violência (e de suas causas essenciais, que tem fartos exemplos e dados e fatos), reproduz e reforça comportamentos e saídas individuais. Neste aspecto, os códigos éticos e a profissão jornalística correm o risco de não serem mais aquilo que se apregouo tanto durante o século XX e caminhar em direção à “marquetização” da realidade, a antessala do simulacro do real, a sala efetiva do marketing da comunicação, a nova retórica (KARAM, 2004 p.130).

Esta perspectiva traz reflexões que vão além dos procedimentos e insere uma crítica sobre qual o papel da imprensa e sua responsabilidade social que nos remete ao tema fundamental da agenda jornalística. JONES (1980, pp.8-9) pontua que, longe de serem uma “panaceia”, os códigos servem como norte ao apontar princípios e limites que contribuem no sentido de resguardar a responsabilidade e a credibilidade da atividade jornalística.

Sabemos que o trabalho do jornalista é afetado por constrangimentos organizacionais que implicam redução de sua autonomia (BREED, 1999; WHITE, 1999; ALTHEIDE, 1976; SIGELMAN, 1973). Entretanto, se a ética reside em um

postura individual que se correlaciona com escolhas de conduta, é relevante considerar o resultado de pesquisas comparativas que investigam o ethos profissional e percebem a existência de crenças comuns que se atrelam à ideia de um papel para o jornalismo (McLEOD & RUSH, 1969; DONSBACH, 1981; KOCHER, 1986; McMANE, 1989; HANITZSCH et al., 2019). Outros estudos que focalizaram apenas jornalistas americanos (JOHNSTONE et al., 1976; WEAVER & WILHOIT, 1986) corroboram a tese dos valores de uma comunidade transnacional defendida por Traquina (2013).

Na pesquisa mais recente conduzida por Hanitzsch, Folker, Ramaprasad e De Beer (2019, p.204), há uma seção exclusiva à ética. Os profissionais foram levados a responder às seguintes perguntas: 1) os jornalistas sempre devem aderir aos códigos de ética? 2) o que é ético depende de uma situação específica? 3) o que é ético é uma questão de julgamento pessoal? 4) é aceitável pôr de lado os parâmetros se situações extraordinárias demandam transpor regras?

A pesquisa revelou que “os dilemas éticos costumam surgir, exigindo que jornalistas decidam o que priorizar quando os objetivos profissionais entram em conflito com as convenções éticas”⁵². De acordo com os resultados, os jornalistas consideram o peso de fatores profissionais, como a percepção sobre a autonomia – enquanto liberdade para pautar matérias, e a função social da mídia (HANITZSCH et al., 2019, p.203). Segundo os organizadores do trabalho, as entrevistas permitiram refletir a respeito de práticas controversas, como pagar por informação confidencial ou esconder a real identidade.

Para elaborar as perguntas, Hanitzsch e os demais pesquisadores empregaram como parâmetro a taxonomia estabelecida por Donelson Forsyth, que estabelece quatro categorias para “orientações éticas” com base no conceito que compreende o comportamento subordinado à cognição, ou seja, uma construção psicológica individual (FORSYTH apud HANITZSCH et al., 2019, p.203). Para Forsyth, O’Boyle e McDaniel (2008), o enfrentamento de questões morais ao longo da vida induz o ser humano a desenvolver julgamentos sobre o que é certo e errado a partir de critérios éticos pessoais. Neste sentido, Forsyth parametriza quatro posturas éticas que se respaldam na noção da ética do idealismo (preocupada com as consequências) e a ética do relativismo (que se refere aos princípios): 1) no

⁵² No original: *Ethical dilemmas often arise, requiring journalists to decide what to prioritize when professional objectives conflict ethical conventions.*

absolutismo, as regras devem ser seguidas à risca em qualquer circunstância (questão 1); 2) no *situacionismo*, a situação determina a solução mais ética (questão 2); 3) no *excepcionalismo*, as regras geralmente são aceitas, mas há margem para dispensá-las se as circunstâncias exigem a quebra de itens do código (questão 3); 4) no *subjetivismo*, os julgamentos morais dependem principalmente dos valores pessoais do profissional. Entre os absolutistas, é alto o nível de idealismo e baixo o relativismo. No caso dos subjetivistas, esta equação se inverte (HANITZSCH et al., 2019, p.202).

O estudo comparativo apontou maior pontuação média que indica aderência à orientação absolutista entre os jornalistas dos 66 países pesquisados (HANITZSCH et al., 2019, 286). A inferência mais granular mostra uma tendência de combinação entre as orientações. Enquanto os jornalistas da região Norte Global (América do Norte e Europa Ocidental) são mais absolutistas, na maior parte dos países da América Latina há uma superposição entre absolutismo e subjetivismo e uma combinação entre adesão aos códigos e julgamento pessoal dentro de diferentes níveis. No Brasil e Chile, entretanto, os profissionais seguem o critério absolutista de aderência total aos códigos. O subjetivismo aparece mais notadamente em países com liberdade de expressão comprometida em face de regimes autoritários, como Omã, Egito, Catar e Sudão, região do Oriente Médio e África do Norte, onde há necessidade de adaptação dos profissionais ao regime imposto sobre a mídia (PLAISANCE et al., 2012). Na comparação, esses países apresentam, na conclusão dos pesquisadores, baixo nível de profissionalismo e categoria com habilidade medíocre (CAMMAERTS, 2013; PINTAK & GINGES, 2009).

O Código de Ética Jornalística estabelecido na *Pan-American Press Conference*, em Washington, em 1926, foi uma das primeiras tentativas de estabelecimento de normas de conduta. Já havia, então, a preocupação com as condições de trabalho, o status profissional e a responsabilidade social do jornalista. Fundada em 1933, a *International Federation of Associations of Newspapers Managers and Publishers* (Federação Internacional de Associações de gerentes e editores de jornais) explicitou a importância da imediata correção de notícias falsas em seus congressos (JONES, 1980, pp.10-11).

Alguns códigos se destacam entre aqueles elaborados desde a década de 20. A Declaração de Bordéus foi aprovada no Congresso da Federação Internacional

de Jornalistas realizado em abril de 1954, na França. Em novembro de 1971, representantes de sindicatos e federações de seis países da Comunidade Econômica Europeia aprovaram a Declaração de Munique. Dois anos depois, em dezembro de 1973, com a participação de organizações midiáticas alemãs e jornalistas alemães, surgiu o *Pressekodex*, um documento com dezesseis pontos e a ressalva de que define apenas responsabilidades no nível ético, sem abranger sanções jurídicas.

Um dos códigos mais abrangentes é a Declaração da Unesco, delineada em 1983 durante a quarta reunião consultiva do encontro de entidades internacionais e regionais coordenado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. A exemplo do código germânico, embora audacioso, este código destina-se a circular orientações deontológicas⁵³ (CORNU, 1994; JONES, 1980). Afirma, como primeiro princípio, o direito à informação verdadeira. E como segundo princípio, a dedicação do jornalista à verdade objetiva.

Embora muitos países não tenham estabelecido normas específicas para o exercício do jornalismo, mais de cinquenta países, pelo menos, elaboraram códigos próprios, a exemplo do Brasil (JONES, 1980; CHRISTOFOLETI et al., 2012). A partir do século XIX, com a finalidade de estabelecer independência do estado, maior profissionalismo e reforçar seu valor público, jornalistas criaram associações e sindicatos, cursos de graduação e normas de conduta (BERTRAND, 1999)⁵⁴. No Brasil, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da Federação Nacional dos Jornalistas, criado em 1949, está na quarta versão, editada em 2007 (FENAJ, 2007). Esta última versão, com 19 artigos dispostos em cinco capítulos, assinala o direito à informação e, como um dever a ser cumprido a despeito da natureza jurídica, “a divulgação de informação precisa e correta” pautada pela “veracidade dos fatos e pelo interesse público”.

Os valores identificados no documento são: direito do cidadão à informação; interesse público; precisão das informações;

⁵³ Em 1991, foi adotado, no Reino Unido, o *Code of Practice* (Código Prático), quando foi instalada a Comissão de Conflitos em matéria de imprensa. Elaborado por dirigentes de jornais e periódicos britânicos, este código caracteriza-se por preterir os grandes princípios da deontologia (como o respeito à verdade ou defesa da liberdade) mas traz em sua cláusula primeira (I) menção à exatidão: os jornais não devem publicar matérias inexatas, enganadoras ou deformadas (CORNU, 1994, p.449).

⁵⁴ Valores profissionais são princípios que tangenciam todas as profissões. Jones cita congresso realizado por médicos britânicos em 1994, onde normas como engajamento, compaixão, integridade, espírito de pesquisa, sigilo, responsabilidade para com usuários e até preocupação com a diminuição na confiança convergem com a profissão jornalística. Os médicos, por exemplo, recomendam autodisciplina e avaliação por seus pares (BERTRAND, 1999, p.75).

preservação das fontes; correção das informações; veracidade dos fatos; liberdade de imprensa; responsabilidade social do jornalista; diversidade de opinião; diferenciação do material jornalístico do publicitário; respeito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão; fidelidade à informação no relato; respeito ao direito autoral e intelectual do jornalista; direito ao contraditório e direito de resposta; evitar conflitos de interesse; oposição à morbidez e ao sensacionalismo; presunção de inocência; oposição ao arbítrio, ao autoritarismo, à opressão e à corrupção; direitos humanos; democracia (CHRISTOFOLETTI, 2011).

Em um estudo comparativo, JONES (1980) observou três itens entre os valores presentes em praticamente todos os cinquenta códigos analisados: verdade, objetividade e integridade e máximo profissionalismo. Precisão é outro requisito constante em praticamente todos os códigos e, muitas vezes, é citada junto com a veracidade dos fatos. A seguir, são apresentados alguns extratos que evidenciam estas constatações, retirados do relatório com 30 códigos deontológicos de cinco continentes (África, América, Ásia, Europa e Oceania), organizado pelo Observatório da Ética Jornalística (objETHOS)⁵⁵.

O artigo 2º do Código de Ética do Fórum de Jornalismo Argentino (FOPEA, 2006), apresentado no 1º Congresso Nacional de Ética Jornalística, em 25 de novembro de 2006, assinala:

São objetivos essenciais para os jornalistas o rigor e a precisão no gerenciamento de dados para alcançar uma informação completa, exata e diversa. Distorção deliberada jamais é permitida.

O artigo 2º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007), apresentado pela Federação Nacional de Jornalistas em Vitória (ES) no dia 04 de agosto de 2007, resume:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas;

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público

⁵⁵ Coleção objETHOS de Códigos Deontológicos. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2012/09/colecca7acc83o-objethos-de-coccc81digos-deontolocc81gigos.pdf>. Acesso em 09 set. 2020.

O artigo 1º do Código de Prática Profissional da Imprensa (OBJETHOS, 2010d), elaborado na África do Sul e atualizado em agosto de 2006, explicita:

Transmissão da notícia

A imprensa é obrigada a reportar as notícias verdadeira, precisa e justamente. Notícias devem ser apresentadas dentro de seus contextos e de forma equilibrada, sem negligência de fatos por distorção, exagero ou declaração falsa, omissões ou sumarização. (...) Quando uma reportagem não é baseada em fatos ou é fundada em opiniões, alegações, rumores ou suposições, ela deve ser apresentada de tal maneira que isto esteja indicado claramente.

Nos primeiros artigos do Código de Imprensa Germânico (OBJETHOS, 2010c), atualizado em 13 de setembro de 2006, fica estabelecido:

1. Veracidade e preservação da dignidade humana

Respeito pela verdade, preservação da dignidade humana e informar o público de forma precisa são os princípios primordiais da imprensa.

2. Cuidado

Apuração é um instrumento indispensável do dever jornalístico. A publicação de informações específicas em palavras, imagens e gráficos deve ser cuidadosamente verificada em matéria de precisão. Seu sentido não deve ser falsificado ou distorcido por edição, títulos ou legendas de imagens. Relatos não confirmados, rumores ou suposições devem ser citados como tal.

As Normas de Conduta Jornalística, código definido pelos indianos (OBJETHOS, 2010e), relacionam precisão e justiça em seu primeiro artigo:

Precisão e Justiça

A imprensa deve evitar a publicação de material impreciso, sem embasamento, enganador e distorcido. Todos os lados da questão central, ou do objeto da matéria, devem ser mostrados. Rumores injustificados não devem ser levados adiante como fatos.

Dentro da vertente de orientação que rege os códigos deontológicos, o Código de Conduta Ética para Radiodifusores da Tanzânia (OBJETHOS, 2010a) assinala a importância da verificação:

Aumentando a precisão

Nunca confie em fontes secundárias. Verifique e verifique novamente. Sempre admitir erros e corrigi-los clara e imediatamente. A linguagem deve ser justa e precisa, evitando expressões exageradas. A linguagem deve ser livre de valores e objetiva.

No Código de Ética dos Jornalistas Australianos (OBJETHOS, 2010b), adotado pela Associação Australiana de Jornalistas, em 1998, alguns artigos remetem à verdade, rigor no método de apuração e objetividade:

1. Relatar e interpretar com honestidade, buscando a imparcialidade, precisão e divulgação de todos os fatos essenciais. Não suprimir fatos relevantes disponíveis, ou dar ênfases distorcidas. Fazer o seu melhor para dar oportunidade justa de resposta.
3. Atribuir todas as informações às suas fontes. Quando uma fonte procurar o anonimato, não concordar sem primeiro considerar os motivos e outra fonte alternativa. O sigilo, quando aceito, deve ser respeitado em qualquer circunstância.
9. Apresentar fotos e sons que sejam verdadeiros e precisos. Qualquer manipulação que induza ao erro deve ser exposta.

Bertrand (1999, p.72) vai além quando compara a atuação dos profissionais da imprensa a um bem conhecido texto bíblico e chega à conclusão de que seis mandamentos do Decálogo de Moisés⁵⁶ se aplicam ao jornalismo. Dentre eles, o nono, “não à mentira”, está expresso em todos os códigos deontológicos de forma implícita e/ou explícita.

Se ao jornalista cabe o dever de não mentir, ao estudar os códigos, Cornu (1994) percebe três graus de dever jornalístico: o dever nas dimensões técnica, pragmática e ética. Na dimensão técnica, o dever diz respeito ao método, aos processos, ao fazer jornalístico, à questão da objetividade, da precisão, da verificação e do tratamento das fontes, entre outros aspectos (ver subcapítulo 2.4). A dimensão pragmática pressupõe objetivos de forma normativa. Implica definir boa informação desinteressada (imune às manipulações) como aquela que atende ao direito da informação e ao interesse público e não prejudica outrem – o oposto do boato – *hoax* em inglês –, criado com a intenção de causar danos (BRUNVAND, 1996, p.587). Já a dimensão ética do jornalismo abarca as duas primeiras no que tange à “teoria do dever” em seu “caráter fundador”, como define Cornu (1994, p.120). Dentro desta lógica, a ética adquire papel normativo e crítico e extrapola as preocupações em torno da qualidade exigidas à boa informação, dispostas nas dimensões técnicas e pragmáticas. Ao assinalar que os critérios da boa informação

⁵⁶ Bertrand compreende que seis deveres do homem previstos no decálogo de Moisés se aplicam ao jornalista: não à veneração de ídolos e não ao perjúrio e à blasfêmia; respeito pelos anciãos e tradições; não à violência; não à pornografia; não à mentira; solidariedade com outros jornalistas (BERTRAND, 1999, p.72).

estão sujeitos a escolhas baseadas em convicções, Cornu (ibidem, p.123) argumenta que termos como verdade e respeito pela própria pessoa são suscetíveis a pluralidades de interpretações.

Na Declaração de Munique, expõe Cornu (1994, p.123), a verdade não pode ser vista como um valor absoluto, por exemplo, e, por estar relacionada ao direito de informação, pode entrar em conflito com o direito de cada indivíduo. Portanto, a verdade referida nos códigos é aquela que mais se aproxima da realidade e, mesmo que deva ser preservado o acesso ao público, Cornu sublinha, “nem toda a verdade se destina a ser comunicada ao público”. A boa informação, entretanto, está atrelada ao conceito de verdade e de objetividade. Cabe ressaltar o processo histórico influenciado pelo Iluminismo que impulsionou a imprensa no século XIX – especialmente a vertente que adota o formato do jornalismo de informação – e impôs valor de verdade à notícia a partir da objetividade (GUERRA, 1998; CORNU, 1994; SCHUDSON, 1999; ANDERSON, 2018a).

A objetividade jornalística – assunto que é submetido à reflexão no subcapítulo 2.4 – pressupõe precisão, clareza, ceticismo diante de autoridades, iniciativa de investigar tópicos obscuros, verificação e desinteresse e só ocorre na medida em que o profissional mostra comprometimento com os métodos objetivos (RYAN, 2001, p.4) que os códigos deontológicos estabelecem em suas narrativas singulares. Josenildo Gerra (2006, p.24) demonstra a forma como a objetividade permite que a narrativa produzida pelo jornalista seja fiel ao fato. Produz a correspondência entre o que é discurso jornalístico e o fato em si e, portanto, respalda o conceito de verdade no jornalismo. Anderson (2019, p.10) destaca que, em oposição ao *DIY*⁵⁷, o jornalista compartilha a ideia do processo enquanto objetividade profissional. E, para jornalistas, a verdade emerge justamente desses processos ou “métodos de reportagem, consideração fundamentada de todos os lados de um debate, acúmulo de verificações e apresentação de argumentos opostos”⁵⁸. Ciente da controvérsia nutrida em torno do termo, Guerra sustenta:

⁵⁷ *DIY* é uma expressão inglesa que significa *Do It Yourself*, ou seja: *Faça Você Mesmo*. A sigla, neste caso, nomeia a informação criada por pessoas que não são profissionais, mas se favorecem da facilidade de produzir e publicar em plataformas digitais. Uma das nomenclaturas para a prática é *jornalismo cidadão*.

⁵⁸ No original: *reportorial methods, a reasoned consideration of all sides of a debate, the amassing of evidence, and the fair presentation of opposing arguments*.

No subjetivismo, a notícia, apesar de sempre ser interpretada como *acontecimento*, a partir de injunções de ordem subjetiva na qual se encontra o repórter, parte necessariamente de uma *ocorrência*. Portanto, o jornalismo não inventa “fatos”, muito embora esteja longe de ser objetivo. No construcionismo, o relato “objetivo” da notícia é sempre marcado por uma ordem social e histórica que objetivou tal fato. Essa correspondência *aparente* entre o relato e o fato resulta da apreensão que o jornalista faz de uma realidade reificada. Nesse sentido, então, a sociedade, imersa no senso comum, aceitaria tal “objetividade” da notícia (GUERRA, 2006, p.20).

Sem objetividade, abre-se caminho para o “vale-tudo” (CORNU, 1994, p.393). Sabemos que as condições de trabalho se precarizaram com a veiculação de informação em tempo real, redução de profissionais nas redações, a cultura do clique e a ação dos algoritmos (ADGHIRNI & RIBEIRO, 2011; ADGHIRNI & PEREIRA, 2011; FÍGARO, 2012; MORETZSOHN, 2014; PEREIRA et al., 2008). Portanto, o pensamento de Cornu (1994, p. 393) mostra-se extremamente atual quando ele afirma que se requer do jornalista uma postura que não seja egocêntrica, preguiçosa e ignore a missão pública da profissão; que o jornalista não empreenda uma “trituração dos fatos destinada a obrigá-los a falar – segundo o princípio da tortura”; que atue com rigor e humildade para “restabelecer uma informação antes que ela seja maltratada”. Para Christofoletti⁵⁹, um dos grandes avanços do código da FENAJ (2007) é o artigo 13 – a chamada cláusula de consciência – que garante ao profissional que atua no Brasil se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios do código de ética. Basicamente, “permite que o jornalista não viole suas convicções em nome dos interesses da empresa para a qual trabalha”.

É fato que os constrangimentos organizacionais afetam a rotina profissional e a atuação do jornalista (SOLOSKI, 1999; BREED, 1999). Estas percepções são impactadas sobremaneira diante da crise no mercado profissional e das mudanças trazidas com a internet e a influência das redes sociais no cotidiano das redações (BARSOTTI, 2014; MORETZSOHN, 2014; SILVA, 2016; SANTUF, 2016; BECKER, 2016; AGUIAR, 2009). Ao pensar os códigos enquanto estruturas disciplinares, pela ótica de Foucault (1997), cabe a ideia de adestramento sob o ponto de vista ético-profissional ou dentro da

⁵⁹ Informação retirada de artigo publicado no site *Intervozes*. Disponível em <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=19691>. Acesso em 14 set. 2020.

perspectiva de uma servidão voluntária imposta pela lógica do mercado ou mesmo pelo esgarçamento social que trariam, a reboque, posturas éticas de excepcionalismo ou subjetivismo (FORSYTH apud HANITZSCH et al., 2019). Neste sentido, Espinoza faz uma distinção entre a liberdade de pensamento, a liberdade de palavra e a liberdade de ação que nos remete à questão da cláusula de consciência e às escolhas movidas por indução, coerção, opressão ou por motivações pessoais.

Uma vez que o poder não tem capacidade para impor aos homens um pensamento unívoco, sob pena de ele próprio se expor ao perigo, deixa-os livres. (...) Mas a estes homens, depositários da sua liberdade individual e de pensamento e de expressão, ‘não seria oferecida nenhuma possibilidade de existência pacífica, se todos não tivessem individualmente renunciado ao direito de agir sob impulso da sua decisão pessoal. Por outras palavras, cada indivíduo renunciou ao direito de agir segundo a própria vontade, mas nada alienou do seu direito de pensar, nem de julgar’. Assim, a ação serve de para-choques à liberdade” (ESPINOZA apud CORNU, 1994, p.142).

A Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa, formulada pela Comissão sobre a Liberdade da Imprensa – conhecida como *Comissão Hutchins* – reconheceu a necessidade de se pensar sobre a atuação responsável da mídia e um sistema de jornalismo ético. Em plena 2ª Guerra Mundial, já havia uma crescente apreensão em face da expansão do monopólio das organizações midiáticas e sobre os limites entre o direito à informação e a liberdade de informar (PAULINO, 2008) – questão que, hoje, alcançou as redes sociais (ver subcapítulo 2.2). O relatório *A Free and Responsible Press*, lançado em 1947, focalizou, entre outros itens, a questão dos relatos verdadeiros e do justo equilíbrio (*fairness*⁶⁰) nas reportagens, “as ações ou pontos de vista de grupos ou indivíduos que tenham sido criticados” (ABEL, 1984, p.55).

Diante das mudanças ocorridas com o advento do jornalismo online, seria o caso, então, de promover uma atualização nos documentos que regem questões de ética? É necessário rever o código publicado pela FENAJ, em 2007, e a maior parte dos códigos estabelecidos na América do Sul e em outros continentes? Vale destacar que a circulação de notícias na internet e nas redes sociais incitou empresas

⁶⁰ O termo *fairness* está relacionado a *equitableness*, que tem como sinônimos *impartiality* (imparcialidade), *objectivity* (objetividade), *honesty* (honestidade) e *justness* (justiça).

a estabelecer manuais de redação e normas de conduta ou “netiquetas” para nortear as interações entre profissionais, fontes e público (CHRISTOFOLETTI, 2011, p.30). Diferentes dos códigos, que são pactos definidos pela categoria, essas instruções têm caráter vertical e, de forma geral, buscam afinar a credibilidade e a confiança do leitor. Em última análise, os fins se afinam com os códigos de ética e o impacto que devem ter na práxis jornalística.

Um exemplo é o *BBC Editorial Guidelines* atualizado a cada cinco anos e gerenciado pelo *BBC Trust* da *British Broadcasting Corporation* – um órgão que reúne representação de cidadãos e de profissionais. Christofoletti comenta que, entre os pontos enfocados no guia, estão: precisão, imparcialidade, responsabilidade, transparência, equidade, danos e ofensa e a oferta de *links* de terceiros nos websites da *BBC*. A *Reuters* demarcou orientações destinadas especificamente aos conteúdos online. Se não passam de práticas de “ética utilitarista”, esses guias reforçam que o jornalismo online exige “as mesmas preocupações de precisão, correção e fidelidade das informações esperadas em outras formas de distribuição jornalística” (CHRISTOFOLETTI, 2011, p.31).

O registro de um trabalho precursor com o objetivo de orientar jornalistas brasileiros aconteceu em 1929 no jornal pernambucano *A Província*, sob a batuta do sociólogo e antropólogo Gilberto Freyre. Depois de uma contribuição anterior prestada ao *Diário de Pernambuco*, Freyre desenvolveu um guia informal que afixava no mural da redação da *Província* com regras sobre o bom jornalismo anotadas em uma pequena folha de papel, conhecida como *placard*. O que moveu Freyre foi a qualidade da informação, “dar ao noticiário e às reportagens um novo sabor, um novo estilo: muita simplicidade de palavra, muita exatidão, algum pitoresco”⁶¹.

No Brasil, empresas como *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo* possuem seus próprios manuais. O *Manual de Redação e Estilo do Estadão*⁶², em sua terceira

⁶¹Informações de Alfredo Vizeu disponíveis em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/o-primeiro-manual-de-redacao-do-brasil/>. Acesso em 20 set. 2020. Vizeu compreende o manual de Freyre como precursor, apesar do pioneirismo creditado ao guia do *Diário Carioca*, elaborado em 1950, adotado, então, como padrão para a mídia brasileira. Citação retirada do livro *Tempo Morto e Outros Tempos* (FREYRE, Gilberto, 2006, p.319).

⁶² O Manual do Estadão se apresenta como o objetivo de expor normas editoriais e de estilo do Estadão e traz orientações gramaticais aplicadas ao uso no jornalismo. Mas, pela extensão de itens sobre redação e estilo, é adotado por um amplo leque de leitores de outras áreas. Disponível em <https://www.estadao.com.br/manualredacao/prefacio>. Acesso em 20 set. 2020.

edição, recebeu a última versão em 1997. Atualizado mais recentemente, o *Manual da Redação – as normas de escrita e conduta do maior jornal do país*, da Folha de S. Paulo, foi lançado em fevereiro de 2018 e aborda preocupações com *fake news*, uso de drones e comportamento nas redes sociais. Na quarta versão – a primeira foi publicada em 1984 e a última em 2001 –, o livro explica o passo a passo da produção de uma reportagem e pontua a checagem de informações. O trabalho foi realizado por uma equipe que englobou dois editores, uma repórter especial e a ombudsman, Paula Cesarina Costa, e incluiu um capítulo temático sobre tecnologia⁶³.

Os Princípios Editoriais das Organizações Globo foram publicados em 2011 e expressam a intenção declarada de não ser um manual. O documento introduz parâmetros de qualidade, formas de proceder e pontua os valores “imperativos” do jornalismo enquanto uma produção do conhecimento, entre eles a objetividade. Em sua seção I – *Os atributos da Informação de Qualidade* – usa o verbo na condicional, por exemplo, para admitir algum entrave: “quando a apuração não for suficiente para que o jornalista consolide uma convicção”. Por outro lado, determina, nesses casos, que o profissional deve “se esforçar para deixar claro o que aconteceu”⁶⁴.

Estas brechas justificam a atuação de uma figura surgida na década de 60, mais precisamente em 1967, no jornal americano *Louisville Courier Journal*: o *ombudsman*, contratado ou destacado dentro da empresa para fazer críticas à equipe de reportagem. Bertrand compreende que o primeiro trabalho nesta linha foi realizado no *The World* quando Joseph Pulitzer criou um *Bureau* de exatidão e de equidade em 1913. Como atesta Bertrand (1999, p.156), um dos meios mais eficazes para assegurar a qualidade da produção jornalística é “a crítica positiva e negativa”.

Pesquisa conduzida com profissionais da imprensa, empresários e público inferiu que os *Meios de Assegurar Responsabilidade Social da Mídia – MARS* – ordenados por Bertrand (1999) – configuram-se como outra alternativa para promoção da *accountability* (prestação de contas), como ressalta Paulino (2008). Além da ação dos *ombudsmen*, entre os MARS, Bertrand enumera as circulares

⁶³ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/manual-da-redacao-da-folha-chega-a-5a-e-mais-ampla-versao.shtml>. Acesso em 21 set. 2020.

⁶⁴ Disponível em <http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf> Acesso em 21 set. 2020.

internas, os quadros de correção visíveis nas redações, as cartas dos leitores (incluindo, hoje, os comentários online), os observatórios de mídia, a exemplo do Observatório da Imprensa, os próprios códigos deontológicos, e a atuação de conselhos de imprensa em nível municipal, regional e nacional.

Se alguns dos itens propostos por Bertrand podem soar ultrapassados ou anacrônicos, permanecem ativas instituições como a americana *Society of Professional Journalists* (EUA), a *IPSO – Independent Press Standards Organisation* (Reino Unido), o *Council for Mass Media* (Finlândia), a Comissão Nacional de Ética da FENAJ (Brasil), a Academia Nacional de Periodismo (Argentina) e ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) – que se pautam por disciplinar a conduta dos jornalistas e aprimorar sua formação. São exemplos que evidenciam a persistente tentativa de dar respaldo àquilo que se convencionou chamar jornalismo de informação e de qualidade.

Com a intenção de repensar os padrões de qualidade em função do impacto da desinformação e da redução da credibilidade na mídia, o *European Committee for Standardization* lançou, em dezembro de 2019, o *Journalism Trust Initiative* (JTI). Mais de 130 participantes, entre empresas jornalísticas, conselhos e entidades profissionais e organizações que combatem as *fake news*, trabalharam na construção do compêndio que reafirma, como princípios éticos, precisão, imparcialidade, justiça e respeito sobre o impacto do jornalismo sob vidas alheias, e transparência para facilitar a *accountability*⁶⁵. Phil Chetwynd, diretor-geral de notícias da agência *France Press* resumiu um sentimento comum entre os colaboradores da JTI: “qualquer critério é sujeito a constante revisão, particularmente em indústrias em rápida evolução, e nós sabemos que esta [(a mídia)]⁶⁶ não é uma exceção, mas temos que começar de algum lugar e temos que fazer agora”⁶⁷.

No lugar de profissional da mídia e instada a pensar em saídas para a crise de credibilidade, Rachel Oldroyd, a editora-chefe da agência *The Bureau of*

⁶⁵ Entre as empresas: BBC News, The Guardian, RTP – Rádio Televisão Portuguesa, jornal Público, France Press, Agência EFE e Article 19. Nota-se a ausência da agência Reuters e de jornais como Libération. Google France, Facebook, Global Disinformation Index, Ethical Journalism Network, IPSO e associações de jornalistas da Sérvia e do Canadá também têm representação no documento. Disponível em <https://ftp.cencenelec.eu/EN/News/WS/2019/JTI/CWA17493.pdf>. Acesso em 6 fev. 2020.

⁶⁶ Nota da autora

⁶⁷ No original: *Any standard is subject to constant review, particularly in fast-moving industries, and we expect this one to be no exception, but we have to start somewhere, and we have to do it now* – Phil Chetwynd. Disponível em <https://jti-rsf.org/en/#!/the-solution>. Acesso em 15 set. 2020.

Investigative Journalism (TBIJ), organização sem fins lucrativos, encara como tarefa importante reafirmar publicamente o que faz e como faz o jornalismo e oferecer transparência a fim de reconstruir a confiança a partir deste engajamento com o público.

Os jornais precisam relatar notícias 7/24 horas. E os jornais que costumavam ter três edições por dia precisam agora publicar notícias a cada minuto. Não é que eles abram mão da precisão. É que existe um novo tipo de jornalista que é o jornalista de última hora que se tornou incrivelmente importante e, sim, serve ao interesse público porque o público quer saber no momento em que a notícia está acontecendo. Mas as notícias só podem ser conhecidas quando uma história é contada. The Guardian faz um bom trabalho. Na seção de notícias em tempo real, eles anunciam “não temos informações completas”, “isso é que sabemos até agora”. Quanto mais dissermos ao público que o mundo está em movimento e que nossa rotina está sofrendo mudanças, estamos realmente prestando um serviço, fazendo o melhor que podemos fazer” (OLDROYD, 2019)⁶⁸.

Mais de 20 anos atrás, Bertrand já antecipava desafios da rotina profissional que apenas se acirraram com a instantaneidade, a cultura do clique, a ação dos algoritmos, o “jornalismo sentado” (ADGHIRNI, 2005; FÍGARO, 2012; PEREIRA, 2011; NEVEU, 2010) e a precariedade do trabalho nas redações cada vez mais enxutas.

O papel da mídia na sociedade deve ser inculcado, discutido, integrado longamente – e depois todos os dias há as mil pequenas decisões que os repórteres, ou o redator-chefe, devem tomar rapidamente. Nenhum código pode prever todos os casos: é preciso muitas vezes bom senso ou um senso moral nascido da reflexão. Nem um nem outro, aliás, podem escapar à tradição político-religiosa do país, por vezes milenar, como o tribalismo na África negra ou o feudalismo na China (BERTRAND, 1999, p.112).

⁶⁸ Entrevista à autora em 05 nov. 2020. Em Londres, Reino Unido. No original: *They have to report 7/24 hours world. Newspapers used to have three editions a day and have to put out news every single minute. It's not that they let go the accuracy. It's that there's a new type of journalist which is breaking news journalism which has become incredibly important and do serve the public good cause people really want to know at the moment as news is happening. But news only so much you can know as a story is broken. I think The Guardian has done a good job. They have the live broad they will report on something that's broken. And they actually headline. 'This is a moving story. We don't know the full picture. This is what we know at this moment and time. The more we tell the public that this world is changing, and our business is changing we are really serving, we are really trying to do the best we can.*

O relatório da Unesco apontou alguns dilemas da profissão antes mesmo de emergir a internet e do impacto da desinformação. O documento, publicado em 1984, pontua que valores como veracidade, precisão e respeito aos direitos humanos não se aplicam universalmente. E admite que o bom jornalismo feito com responsabilidade não pode ser imposto por decreto ou depender apenas da boa vontade de jornalistas. O próprio desempenho pode ser prejudicado pela empresa onde o profissional trabalha, sentencia *One world, Many Voices* (1984). “O autorrespeito, a integridade e o impulso interno para alcançar alta qualidade é de vital importância”, conclui o estudo (UNESCO, 1980, p.262).

É conhecido o provérbio “de boas intenções o inferno está cheio”⁶⁹. Josenildo Guerra (2006, p.3) argumenta que não basta ser bem-intencionado; o profissional precisa dominar técnicas para realizar seu trabalho, seja de reportagem ou seja de edição. Dentro dos princípios de competência, Guerra recorre à constatação de Victor Gentili – professor de jornalismo na Universidade Federal do Espírito Santo – para reforçar a necessidade de “primeiro entender o fato e, depois, explicá-lo ao leitor”. Lippmann (1920, p. 275), por sua vez, percebia a importância da formação profissional e salientava sua perplexidade pela inexistência, àquela altura do século XX, de um livro sobre a arte de coletar informação escrito por algum sociólogo americano.

É inegável que os códigos são fundamentais, mas suas limitações ficam evidentes. Em estudo comparativo, Bertrand (1999, p.118) aponta lacunas que ainda se mostram pertinentes mais de duas décadas depois, como a falta de crítica ao “jornalismo de matilha”, que leva a desvios e desequilíbrio na definição da agenda de notícias: “durante um dia, uma semana, um mês, ou mais, só se fala disso e esquecem-se ou negligenciam-se muitos outros assuntos mais graves”. As fontes são sempre os mesmos especialistas, nem sempre de excelência, ou informantes de origem obscura. Superficialismo, simplismo e conformismo impedem o acesso a vozes alternativas e exacerbam um

⁶⁹ Não há precisão sobre a origem do provérbio *de boas intenções, o inferno está cheio*. Supostamente, foi originalmente criado por São Bernardo de Claraval (*L'enfer est plein de bonnes volontés ou désirs*), de acordo com St Francis de Sales na publicação *Correspondence: Lettres d'Amitié Spirituelle* (escrita em 1640). A frase, porém, nunca foi encontrada nos escritos de São Bernardo. Em inglês, ganhou a tradução *The road to hell is full good intentions* (autoria desconhecida) e serve como metáfora para afirmar apenas boas intenções, sem atitudes correspondentes, não revelam virtude. Informação retirada do site *The Phrases Finder*. Disponível em <https://www.phrases.org.uk/meanings/the-road-to-hell-is-paved-with-good-intentions.html>. Acesso em 17 set. 2020.

pensamento majoritário; a política de informação privilegia anunciantes e acionistas. E a omissão – resultado de interesses econômicos da empresa, preconceito ou falta de recursos – representa outro fator desprezado na maior parte dos códigos.

O atropelo na precisão da notícia ou as inverdades, que incorrem na distorção dos fatos, ocorrem quando se veiculam informações aleatórias e parciais ou denúncias infundadas sobre indivíduos, comunidades e governos ou mesmo se adota o silêncio quando se presume que um assunto não é do interesse público (McBRIDE, 1980, p.158). Quanto a isso, Cornu (1994, p.125) formula um problema: “como articular efetivamente os três graus técnico, pragmático e ético? Como pôr em jogo a ética, como instância normativa e crítica no trabalho cotidiano da informação?”

Ao empreender um estudo sobre determinantes que impactam o desempenho das organizações, Guerra (2008) sustenta que a qualidade da informação também é afetada, por exemplo, pela forma como as organizações estabelecem suas diretrizes institucionais – fatores organizacionais internos. A quantidade e qualidade de recursos utilizados permitem ampliar e aprimorar a atuação dos profissionais e suas competências, ou seja, habilidades que podem potencializar suas performances. Neste sentido, Guerra observa o impacto que inovações tecnológicas podem trazer para o ambiente das redações.

A normas de conduta e de atuação trazem a seu reboque reflexões sobre o papel que a mídia exerce no mundo atual. As transformações que afetam as sociedades – entre elas sobretudo aquelas vinculadas à tecnologia – repercutem sobremaneira sobre o jornalismo. Da perda da centralidade às interpelações sobre a construção de relatos verdadeiros por parte dos profissionais da mídia, a discussão recai sobre o lugar da profissão na sociedade moderna. A internet favorece a atuação de novos atores e há uma clara tensão entre meios e fins, entre valores e procedimentos (ANDERSON, 2019).

1.3. O jornalismo importa?

*A verdadeira razão para a democracia...a humanidade está tão decadente que não se pode confiar em nenhum homem sem verificar devidamente seu poder sobre outrem.*⁷⁰ C.S. Lewis

Em 1972, Harry Evans, editor do jornal britânico *The Times*, publicou reportagem sobre os efeitos danosos do medicamento *Talidomida* e denunciou a megaempresa *Distillers* – que comercializava bebidas e medicamentos. Mesmo diante de ameaças, Evans ignorou o fato de o caso estar *sub judice*. Durante semanas, o jornal registrou histórias e imagens de vítimas da *Talidomida*. A série forçou a *Distillers* a aumentar a indenização paga às famílias e ajudou a diminuir o estigma e a aversão da sociedade à deformidade⁷¹.

No mesmo ano, o caso *Watergate* criou uma nomenclatura que batizou outras reportagens⁷² e forçou a renúncia, em 1974, do então presidente Richard M. Nixon. A denúncia do jornal *Washington Post* mostrou a ligação entre a Casa Branca e a invasão ao Comitê Nacional Democrata, no Complexo *Watergate*, em Washington, em junho de 1972. A investigação, chefiada por Bob Woodward e Carl Bernstein, com a participação de 15 repórteres, descobriu o envolvimento do presidente Nixon em práticas ilegais na campanha eleitoral e uso de escuta telefônica. O escândalo tornou-se “o emblema do papel vital do jornalismo na democracia” (SCHUDSON, 2004, p.1234).

Em 2016, com acesso a 2.6 terabytes de informação, um consórcio entre o *quality paper* alemão *Suddeutsche Zeitung* e o *International Consortium of Investigative Journalists* (ICIJ) trouxe à tona a maneira como os paraísos fiscais *offshore* são usados em operações ilícitas em grande escala. Expôs multimilionários, celebridades e 140 políticos de 40 países, dentre os quais 12 chefes de estado – na lista, os primeiros-ministros da Islândia e do Paquistão, que

⁷⁰ Frase de C.S. Lewis extraída do ensaio *Equality*, publicado em 27 de agosto de 1943 na revista *Spectator*. Tradução da autora *para The real reason for democracy is just the reverse. Mankind is so fallen that no man can be trusted with unchecked power over his fellows*. Disponível em http://www.tlchrist.info/cs_lewis.htm. Acesso em 07 out. 2020.

⁷¹ A empresa *Distillers*, cujo controle foi assumido pela *Diageo*, era o maior anunciante do *The Times* na época. A *Talidomida* foi produzida e lançada em 1957 pela empresa alemã *Grunenthal*. Mais de 10 mil bebês nasceram com sequelas causadas pelo medicamento, que era prescrito a gestantes que sofriam de enjoo. Disponível em <https://www.bbc.co.uk/news/uk-54275941>. Acesso em 05 out. 2020.

⁷² Algumas reportagens que ganharam a nomenclatura: *Muldergate*, na África do Sul, *Collorgate*, no Brasil, *S.I.D.E.-gate*, na Argentina e *Zippergate*, como ficou conhecido o caso que envolveu o presidente Clinton e Mônica Lewinsky, nos Estados Unidos (SCHUDSON, 2004, p.1232).

renunciaram. Foi o maior vazamento na história do jornalismo. Em uma colaboração sem precedentes, 370 profissionais de mais de 100 organizações de mídia descobriram irregularidades financeiras vinculadas ao crime organizado e suporte de grandes bancos a empresas comprometidas com esquemas de sonegação. O resultado: 1,2 bilhões em impostos sonegados recuperados e investigações criminais iniciadas em 2020. “Não se olha para consultorias financeiras da mesma forma”, resume a datajornalista espanhola Mar Cabra, que liderou a grande reportagem⁷³.

Em uma tentativa de simular nosso cotidiano sem o jornalismo de informação em seu *stricto sensu*, como imaginar o impacto resultante da inexistência das três reportagens descritas? Previsão funesta do professor e pesquisador espanhol José Luis Martínez Albertos vaticinou que não haveria mais jornais impressos em 2020 (KARAM, 1997, p.30). Ao mesmo tempo, Albertos intuiu que as novas tecnologias acirrarão o desinteresse pelo jornalismo a ponto de impingir o apagamento ou a total extinção do direito social à informação enquanto um valor da modernidade (ibidem, p.31).

O prognóstico pessimista não se confirmou. Há inegável previsão de queda de 8 bilhões, em 2020, na receita publicitária global de jornais diários em função do impacto da pandemia nos custos de produção e circulação. Com declínio estimado em 36 bilhões até 2024, esta é uma crise instalada que apenas se acentuou⁷⁴. Entretanto, o número de assinaturas digitais aumentou 208% nos últimos cinco anos⁷⁵. O *New York Times* surpreendeu ao anunciar um aumento de 587 mil assinaturas online em 2020⁷⁶. O *Reuters Digital Report 2020*, por sua vez, também traz dados positivos: um crescimento significativo da audiência durante os

⁷³ A jornalista espanhola Mar Cabra chefiou a equipe do Panama Papers com auxílio de três programadores que trabalharam na mineração de 11,5 milhões de documentos a partir da plataforma Oxwall. Cabra afirma que o Cablegate – o vazamento de telegramas diplomáticos secretos numa parceria entre o site Wikileaks e cinco jornais em 2010 – mostrou a potência do big data. Informações fornecidas durante palestra na conferência Trust in Journalism, organizada pela agência reguladora Impress, no dia 14 de novembro, em Londres e na palestra concedida no Graph Connect Europe, em Londres, no dia 26 de abril de 2016. Disponível em <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/mar+c/KtbxLvqxCGKIJPCHgDnvwlgGbWIKLCPlq?projector=1>. Acesso em 05 out. 2020.

⁷⁴ Projeções do Global Entertainment & Media Outlook 2020 – 2024 a partir de dados de 53 territórios. Disponível em <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html>. Acesso em 06 out. 2020.

⁷⁵ Disponível em <https://www.wan-ifra.org/reports/2019/10/28/world-press-trends-2019>. Acesso em 29 set. 2020.

⁷⁶ Disponível em <https://www.nytimes.com/2020/02/06/business/new-york-times-earning.html>. Acesso em 29 set. 2020.

primeiros meses da pandemia e da procura por fontes confiáveis especialmente entre o público mais jovem – 26% no cômputo geral⁷⁷. Neste sentido, Schudson (2018, p.118) lança uma provocação: o encolhimento das redações é maior que o encolhimento do jornalismo sério? De fato, o jornalismo sério está encolhendo?”⁷⁸.

Com o avanço da pandemia, estudos mais recentes já demonstram desinteresse do público em relação à mídia *mainstream* com dados sobre queda no consumo de notícias no Reino Unido de janeiro a julho de 2020⁷⁹. Entretanto, o panorama geral do *Reuters Digital Report 2020* sugere que “o coronavírus despertou o público para o valor das fontes tradicionais”, mesmo antecipando que o crescimento vertiginoso de audiência seria temporário. Em pelo menos seis países (Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Espanha, Argentina e Coreia do Sul) o estudo verificou que, para 60% dos entrevistados, a mídia ajudou a entender a crise da pandemia enquanto 65% obtiveram explicações sobre como agir – uma visão que se coaduna com a teoria da responsabilidade e o direito à informação.

Em situações como essa, ressurgem, então, o questionamento: para que serve o jornalismo? Sabe-se que discussões sobre o papel da mídia não é recente e que já gerou uma série de debates e estudos acadêmicos (TOCQUEVILLE, 1835; MEDINA, 1978; HALLIN & MANCINI, 1984; ZELIZER, 1993, 1999; SCHUDSON, 1999, 2008, 2018; ROSEN, 1999; PUTNAM, 2000; McNAIR, 2003; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; CHRISTIANS et al., 2009). E, pelo que se tem observado, reflexões e estudos sobre a importância do jornalismo vão continuar acontecendo, pois, como na maior parte das profissões, a tecnologia e a internet causaram impacto extraordinário nesse campo. E esse impacto vem sendo acentuado pela ação das redes sociais e, mais recentemente, pela disseminação de desinformação nas plataformas digitais.

Nunca foi possível dizer que existe um jornalismo. Este não é um conceito estático, único e determinista. As práticas jornalísticas inscrevem-se em um percurso histórico desde os seus primórdios no século XVII, com padrões que não se manifestam necessariamente, de forma cronológica, mas estão vinculados a

⁷⁷ Disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>. Acesso em 29 set. 2020.

⁷⁸ No original: *The shrinking of the newsroom is larger than the shrinking of serious journalism. Is serious journalism in fact shrinking?*

⁷⁹ Levantamento realizado pela *Ofcom*, organização que opera como reguladora da mídia britânica. Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2020/oct/06/coronavirus-world-map-which-countries-have-the-most-covid-cases-and-deaths>. Acesso em 22 set. 2020.

parâmetros de finalidade dentro da sociedade. Em última análise, o papel do jornalismo remete a um marco imaginário ou profissional que extrapola fronteiras de tempo e espaço (NEVEU, 2010, pp.32-33). Longe de ser universal, na longa história da humanidade, sua existência não atravessa mais do que 14 gerações (SCHUDSON, 2018, p.30).

A história do jornalismo está imbricada ao desenvolvimento da prensa de Gutenberg, no século XV, à Reforma Protestante – que valorizou o desenvolvimento do indivíduo e a alfabetização – e à ascensão da burguesia comercial que exigiu uma comunicação intensa e sistemática⁸⁰. Os relatos de novidades – também chamados de gazetas, mercúrios ou folhas – cumpriram este papel em um momento de explosão do jornalismo no século XVII “o século dos periódicos” (TAMBOSI, 2004, p.49). Antuérpia, nos Países Baixos, e, paralelamente, cidades como Frankfurt, Berlim, Praga, Roma, Paris e Londres assistem ao surgimento de novas publicações⁸¹ (TAMBOSI, 2004; SOUSA, 2004, BURKE, 2003, GOZZINI, 2000). A nomenclatura *jornalista* surge por volta de 1700 e vem a ser adotada em francês, inglês e italiano (BURKE, 2003, p.34). Nasce a “cultura da notícia”, expressão criada por Gozzini (TAMBOSI, 2004, p.50).

A tese doutoral pioneira apresentada, em 1960, pelo alemão Tobias Peucer investiga o advento desta cultura, da prática jornalística que já abarca, essencialmente, um “cariz essencialmente informativo” (SOUSA, 2004, p.34). Peucer observa este enfoque nas folhas volantes que tratavam de economia⁸² e atendiam à demanda do mercado financeiro em crescimento. Tais folhas precederam o surgimento de jornais diários britânicos como *Daily Courant* e *Evening Post*, em 1702, quando se registra a incipiente atenção a normas, ética e credibilidade do relato – a ótica do jornalismo de informação que se consolida no final do século XIX.

⁸⁰No século XVI, as gazetas – que ganharam este nome devido à moeda veneziana *gazzetta* – trouxeram a primeiras notícias impressas, mas não tinham periodicidade regular (TAMBOSI, 2004, p.52).

⁸¹*As últimas notícias* (*Nieuwe Tydinghen*) é lançado na Antuérpia, em 1605; o primeiro jornal de Londres é lançado em 1622; Paris em 1631; Florença em 1636; Roma em 1640; e Madri em 1661 (TAMBOSI, 2004, pp.52-53).

⁸²As folhas volantes não tinham apenas um caráter informativo, mas constituíram-se nos primeiros exemplos de jornalismo econômico com notícias sobre fundos, mercadorias e operações bancárias. Outro tipo de folha veiculava assuntos insólitos, milagres, feitiçarias com pretextos moralistas e/ou apelativos em forma de poesia ou de canção (SOUSA, 2004, pp.33-34).

Não afirmaria absolutamente que a utilidade dos periódicos seja tão grande como a da história escrita com bom senso, dado que os autores daqueles se encontram quase desprovidos daquilo que é necessário para estabelecer a história estrita (...) Da mesma forma, não se pode negar que haja neles alguma utilidade que afeta a vida tanto privada como pública dos homens. Finalmente, quanto à utilidade política, o insigne Weise defendeu que esta é geralmente a mais importante nos periódicos por que nesta se pode conhecer os direitos entre os príncipes, discutidos por uma e outra parte, juntamente com as deliberações, os artifícios e os costumes que são frequentes às cortes; da mesma forma, o leitor de bom senso terá que discernir aí as coisas sem fundamentos das verdadeiras e sólidas (PEUCER apud DIAS, 2004, pp.26-27).

Em oposição à ideia de que jornalismo foi uma invenção norte-americana estabelecida no século XIX (SCHUDSON, 2010a, CHALABY, 2003), Sousa (2004, p.34) localiza a origem da imprensa na Europa do século XII, que, segundo ele, “recupera uma tradição noticiosa (nunca perdida) iniciada com as Efemérides e as Actas Diurnas romanas”. Tambosi, por sua vez, recorre à Gozzini para destacar que a carta de apresentação do *Daily Courant*⁸³ traz as primeiras formulações do que seria denominado deontologia ao assinalar diretrizes como veracidade, rigor na apuração e na seleção, exatidão e concisão. Na primeira edição, o jornal estabelece que apenas “dados de fato” serão publicados sem comentários ou suposições subjetivas (GOZZINI apud TAMBOSI, 2004, pp.56-57). Pedroso (2004, p.68) assinala como Peucer, em sua tese, evoca a questão da narrativa que não deve “recorrer às palavras próprias dos mercados e dos botecos de tal modo que a maioria as entenda e os eruditos respeitem”.

O despontar da cultura da notícia, a partir do século XVI e XVII, acontece par a par com revoluções históricas que forjam a correlação entre imprensa e democracia – com ímpeto fomentado pela Guerra dos Trinta Anos e a série de guerras religiosas que se seguiram à Reforma Protestante e marcaram a transição do feudalismo para a Era Moderna. O manifesto em favor da liberdade intelectual e da imprensa redigido por John Milton, em 1644, aponta a emergência de um jornalismo político e engajado que se delineia na insurgente esfera pública burguesa (McNAIR, 2000; HABERMAS, 2003; RAYMOND, 1996). Também naquela época, o periódico *Intelligencer* demarcou a diferença entre fatos e opiniões com

⁸³ De acordo com Sousa (2004, p.33), O *Daily Courant* é considerado o primeiro jornal diário por historiadores como Costella (1984), mas há controvérsias: autores como Casasús e Ladavèze (1991) apontam o alemão *Leipziger Zeitung*, lançado em 1660, como o primeiro.

publicação de artigos em tom persuasivo e apaixonado (RAYMOND, 1996, p.168). Mesmo esta imprensa partidária voltada para o homem branco e dono de capital adotava normas universais utilizadas, por exemplo, nos Artigos Federalistas, assinados por Publius – pseudônimo para o trio de líderes políticos americano composto por James Madison, Alexander Hamilton e Jonh Jay (McNAIR, 2000, p.18). Thompson pontua o papel da imprensa independente contra o despotismo:

Há força considerável no argumento de que a luta por uma imprensa independente, capaz de reportar e comentar eventos com um mínimo de interferência e controle estatais, desempenhou um papel importante na evolução do estado constitucional moderno. (...) Pensadores liberais, como Jeremy Bentham, James Mill e John Stuart Mill, foram fervorosos advogados da liberdade de imprensa. Eles viam na liberdade de expressão de opinião através de uma imprensa independente a salvaguarda vital contra o uso despótico do poder do estado (THOMPSON, 2008, p.67).

A relação entre estado-nação e mídia é um tema que perpassa a revisão histórica sobre a mídia. Na análise clássica de Habermas (2003), o jornalismo de opinião que publicizava e dava transparência à informação relaciona-se com o surgimento de um espaço independente de circulação de ideias relevantes que dominaram as conversas, clubes, cafés e salões frequentados pela burguesia. Ao observar uma mudança estrutural na esfera pública, no final do século XVIII, Habermas aponta a submissão da imprensa à lógica mercadológica do consumo de massa – a maximização da venda com despolitização do conteúdo. O entrelaçamento com a publicidade e o entretenimento impedem o discernimento e a formação de uma opinião genuína.

[...] Palmer explica que a denominação “jornalista” se degradou rapidamente. A partir do final do século XVIII ela já era usada com um certo desprezo. Na França, esta ambiguidade de terminologia perdura até hoje, entre os jornalistas que escrevem notícias e os jornalistas formadores de opinião (colunistas, analistas). A distinção, limitada e redutora de nuances, separa a informação da opinião, a notícia do comentário, como se fosse possível estabelecer fronteiras fixas entre os gêneros jornalísticos (ADGHIRNI, 2005, p.47).

Autores como Béaud discordam de Habermas ao prescrever que a imprensa cumpriu um papel de racionalização da dominação distante da noção de propiciar transparência do debate na sociedade, ou seja, deu suporte “à luta

entre fracções dominantes para a definição legítima do espaço público” (BÉAUD apud CORNU, 1994, p.218). Por outro lado, Cornu apela a Ferry para pontuar que, dentro de um regime democrático, o equilíbrio pluralista – que impõe uma concorrência regulamentada entre os agentes de comunicação – impede que a mídia se torne um instrumento de exercício absoluto de manipulação: “a recepção social da mensagem passa por condições que não são organizadas no próprio sistema midiático, mas dependem fundamentalmente dos recursos de identidade próprios do mundo vivido” (FERRY apud CORNU, 1994, p.227). Da mesma forma, Ribeiro observa o efeito do atravessamento do espaço público comunicativo na esfera da opinião pública e os mecanismos que advêm de processos de relações desiguais de acesso:

A opinião pública é um dos conceitos mais fugidios, inatingíveis e, portanto, problemáticos, dentro de uma teoria do espaço público. Como o espaço público é o meio e o seu próprio fim, e nisto se ancora a justificativa de sua fundação numa racionalidade particularmente não instrumental, a opinião se torna, simultaneamente, o procedimento e a finalidade ou resultado do espaço público comunicativo. Ela é, essencialmente, o elemento que confere dinâmica processual e histórica a este espaço. A análise dos usos temporais deste conceito indica, por um lado, o perímetro em que se distribuem as competências e possibilidades de produção de opiniões e, por outro, as hierarquias de reconhecimento e valoração a que tais competências se sujeitam ou conforme as quais se comportam no campo do embate público das opiniões. Isto sugere que não é possível, *a priori*, pensar a opinião pública no singular, porque redundaria numa contradição em termos do próprio mecanismo operatório da racionalidade comunicativa. As apropriações históricas feitas neste sentido seguem, portanto, o encobrimento das fontes diferenciadas e desiguais de produção de opinião e, conseqüentemente, da efetiva dinâmica de um espaço público constituído sob certas restrições e relações desiguais de acesso (RIBEIRO, 2004, pp.41-42).

A criação das rotativas, em 1850, a composição por linotipos, a difusão do telégrafo e a abertura das agências de notícias fomentaram a fundação de jornais, que deixam de lado a crônica e adotam a reportagem, a enquete e a entrevista. Com menos autonomia, o redator perde para o editor a liberdade de escrever dentro de uma linha opinativa – uma vez que a notícia ganha outro tratamento (MARCONDES FILHO, 2000, pp.24-33). Um ponto de inflexão na última metade do século XIX estabelece uma ponte entre os verdadeiros meios de comunicação de massa e a imprensa de qualidade. A confluência de formas e finalidades díspares – entre objetivos

econômicos e ideológicos – dificulta a definição de um conceito claro para a mídia que alimenta o permanente debate normativo sobre seu lugar na sociedade (TRAQUINA, 2012; SCHUDSON, 2010a; CHRISTIANS et al., 2009).

A competição entre veículos de comunicação em busca de audiência resulta em conteúdo mais homogêneo, de entretenimento, e mais facilmente digerível. O jornalismo nas plataformas digitais traz ainda mais tensão e questionamento sobre as fronteiras do jornalismo. Frente à visão de um modelo dominante exportado da Europa e Estados Unidos para os países em desenvolvimento – baseado na objetividade, neutralidade e no profissionalismo – surgem críticas e oposições que reclamam uma atuação mais idealista, engajada em causas, mais direcionada para análise, interpretação e menos subordinada aos critérios do mercado (CHRISTIANS et al., 2009). O jornalismo comunitário, o jornalismo cidadão, o ativismo digital, o midiativismo ocupam este nicho em um campo marcado por narrativas em disputa (AGUIAR & SCHAUM, 2010; MEIKLE, 2003; BAILEY et al., 2007; GITLIN, 2003; PERUZZO, 2009; RODRIGUES, 2018).

O pressuposto da objetividade e do profissionalismo como forma de evitar o viés ideológico e a vulnerabilidade a pressões políticas e econômicas é evocado em análises conduzidas por autores como Schudson (2010) e McQuail (2013). A entrada de novos atores no campo jornalístico instiga o apelo à demarcação da autoridade profissional como um diferencial que reforça a “moeda corrente” da credibilidade. Há uma necessidade de reforçar valores específicos frente ao avanço do ceticismo a reconhecidas fontes de conhecimento como as ciências, a escola e o jornalismo profissional (MIGUEL, 2019, p.142).

Hallin sublinha que a profissionalização no jornalismo – a exemplo do que ocorreu em outras profissões – desenvolveu uma ética do serviço público inaugurada na Era Progressista “de afastamento da política partidária como base da vida pública e em direção a concepções de racionalidade administrativa e perícia neutral” (HALLIN, 1996, p. 245). Neste sentido, o próprio Hallin e autores como Miguel, observam reduzida controvérsia e pluralismo como entrave ao pleno exercício do direito à informação. Miguel assinala que o conteúdo menos plural e um ambiente enviesado em termos de representações políticas e interesses sociais incorre em pior qualidade de mídia e da democracia – o que remete à importância da questão da agenda midiática:

(...) e não é um problema apenas brasileiro. Atentados, desastres e crises humanitárias ocorridos na Europa Ocidental têm destaque muito maior do que os ocorridos na África subsaariana. Especulações sobre a queda de um ministro ganham mais espaço do que o assassinato de um líder camponês. O crime no bairro rico repercute mais que a chacina no bairro pobre. As oscilações na bolsa de valores geram mais manchetes do que o poder de compra dos salários (...) Os exemplos se multiplicam; em todos os casos, revelam os efeitos da origem de classe, dos ambientes frequentados e das expectativas e preconceitos compartilhados de jornalistas, proprietários de empresas e anunciantes, que incidem sobre a determinação das fronteiras entre importante e desimportante, extraordinário e corriqueiro, próximo e distante (MIGUEL, Luis Felipe, 2019, p.121).

Contudo, a posição estratégica em meio ao fluxo da informação proporciona certa autonomia – diferente daquela conferida a profissões esotéricas como Medicina e Direito (HALLIN & MANCINI, 2004, p.34). E autonomia, como assinalam Hallin e Mancini, é um conceito central na definição de profissionalismo (sobre autoridade profissional, ver capítulo 2.4). Schudson (2018, p.76) sustenta que o *news judgment* – o julgamento que indica o valor-notícia – reflete uma construção coletiva da comunidade jornalística que demanda discussões de pauta, “não está codificada”, “nem é totalmente coerente” e por vezes traz “estultificante uniformidade”. Com o pressuposto de que a autonomia é uma condição perseguida por repórteres e editores honestos, Schudson assinala que, na condição de forasteiros com acesso a fontes não oficiais, eles implementam agenda jornalística relevante.

Se entendemos a democracia como uma forma de comunicação na qual o cidadão monitora a atividade do governo e suas decisões, fica claro o fundamento lógico que explica o papel da mídia. É por isso que autores como Christians (2009) consideram que a teoria normativa da comunicação pública se refere à organização institucional da comunicação dentro de sistema democrático. McChesney (1999, p.228) adiciona que a democracia se estabelece quando cidadãos têm acesso amplo a informações e formulações que os permitam ter influência sobre assuntos políticos: “se a comunicação e a informação são tendenciosas, elas tendem a aumentar a desigualdade, em sociedades democráticas ou não. Se o processo de governança se

baseia em uma cidadania bem informada, a mídia desempenha uma função crucial”⁸⁴. Blumler e Gurevitch (1995, p.97) resumem o que a democracia exige⁸⁵:

- vigilância social;
- definição de uma agenda significativa;
- plataforma inteligível e informativa;
- mecanismos para responsabilizar o poder público;
- incentivos para os cidadãos aprenderem.

Christians et al. (2009) ressaltam que as normas de responsabilidade social evoluíram paralelamente ao desenvolvimento das democracias populares no final do século XIX. McChesney (1999, p.288), por sua vez, pontua que, apenas no século XX, a mídia assumiu um papel central na esfera cultural e política. Paralelamente, cresce uma percepção crítica em relação à própria atuação das organizações midiáticas por parte dos próprios profissionais e entre pesquisadores – demarcada por uma série de estudos sociológicos sobre viés, parcialidade na produção de notícias e constrangimentos organizacionais a partir da década de 1960 (ver capítulo 2.2). É justamente o consenso sobre a necessidade de elaboração de normas sistemáticas que fustiga o trabalho pioneiro da *Hutchins Commission* – ou *Commission of Freedom of Press*-, em 1947, e da Comissão McBride, da UNESCO, em 1980, no sentido de entabular regras e normas de conduta (CHRISTIANS et al., 2009).

A Comissão Hutchins apontou contradições referentes à concepção de independência dos meios de comunicação ou à liberdade interna da imprensa – um problema que a Teoria Liberal não reconheceu (KUNCZIK, 2002, p.75). A ideia da imprensa como o *Quarto Poder* origina-se da Teoria Liberal que tem seu apogeu no século XIX e enxerga na mídia o poder de cão de guarda (*watchdog*) na busca da verdade. Mas críticos inverteram o termo para *guard dog* – cão de guarda dos interesses comerciais e empresariais (DONAHUE et al., 1995). Em sua essência, esta teoria estabelece que a mídia é independente, tem a coragem de realizar o

⁸⁴ No original: (...) *Unless communication and information are biased toward equality, they tend to enhance social inequality, whether the society happens to be democratic or otherwise. if the governing process predicated upon having an informed citizenry – that the media perform a crucial function.*

⁸⁵ No original: *Surveillance of the sociological environment Meaningful agenda setting, Platforms for an intelligible and illuminating advocacy by politicians, Mechanisms for holding officials to account Incentives for citizens to learn.*

escrutínio do governo e servir como um canal em defesa dos interesses da população (McQUAIL, 2013, p. 40).

A noção de dever embutida no relatório elaborado pela Comissão Hutchins conforma-se com o modelo *trustee* ou *papel de monitor (monitorial role)* cunhado por Schudson (1999). Baseia-se na neutralidade, a partir percepção de que existem interesses em jogo, mas o repórter não precisa tomar partido, e na objetividade, que presume fatos verificáveis. A ênfase privilegia evidência, precisão, relevância e observação seletiva que dispensa qualquer interesse pessoal ou distorção. O pré-requisito é não veicular o que não é verídico ou o que não possa ser verificado e checado (CHRISTIANS et al., 2009, pp.147-148). Este ideário desponta em pesquisas sobre *ethos* profissional que apontam a visão de jornalistas e editores sobre seu papel (WEAVER, 1998; WEAVER & WILHOIT, 1986, 1996; HANITZSCH et al., 2019). Rachel Oldroyd, editora-chefe do *The Bureau of Investigative Journalism* (ex-repórter investigativa do *The Mail on Sunday Times*), expressa esse *esprit de corps* compartilhado, o que não dispensa autocríticas:

A razão por que faço jornalismo é para fazer a diferença no mundo e é parte da razão por que trabalhei naquele jornal (*The Times*), porque eles tinham orçamento e se preocupam com o jornalismo. Quando vi os cortes e li sobre o *Bureau* e sobre a finalidade da organização, pensei que eles estão absolutamente tentando preencher esta lacuna que surgiu no jornalismo para o qual trabalhei. O bom jornalismo realmente importa e tem uma função forte na sociedade. Falamos muito no Quarto Estado e como o jornalismo independente, de fatos verificados, pode responsabilizar, destacar erros, dar voz a quem não tem voz (OLDROYD, 2019)⁸⁶.

Se assumirmos a possibilidade do paradigma da objetividade, formulam Christians, McQuail, Glasser, Nordestreng e White, o jornalismo monitorial é o mais apropriado para a democracia liberal, incluindo as formas deliberativas e participativas em que os cidadãos precisam estar bem informados para tomar decisões racionais e razoáveis. Em tese, definem os autores, a mídia cumpre esse

⁸⁶ No original: *The reason I do journalism is to make a difference in the world and it's part why I worked at that paper because they had budgets and they care about journalism. When I was seeing cuts and read about the Bureau and what the organization was set up to do, I thought they are absolutely trying to plug that gap that has come about in the journalism which I worked. Good journalism really does matter and it really does matter to have a strong function in society and we talk a lot about the 4th State and how independent fact-based journalism can hold power to account, can highlight the wrongs, can give voice to the voiceless.* Entrevista concedida no dia 05 dez. 2019, em Londres.

papel uma vez que “nenhuma outra instituição é capaz de fornecer conhecimento desinteressado em grande escala”⁸⁷ (CHRISTIANS et al., 2008, p.148). Os autores, assim como Schudson (1999, 2008), não compartilham a visão romântica e mítica de que esta equação sempre funciona e é infalível. Prescrevem a autorregulamentação e o apelo à ética jornalística como saída. “Na base, estão os ideais pessoais e os valores profissionais no campo da comunicação pública”⁸⁸, vaticinam (CHRISTIANS et al., 2009, p.69) – uma depreensão abordada no capítulo anterior: para que serve a mídia? McNair também buscou responder de forma sistemática:

Primeiro, eles devem informar os cidadãos sobre o que está acontecendo ao seu redor (...) Em segundo lugar, eles devem educar quanto ao significado e importância dos 'fatos' (...) Terceiro, a mídia deve fornecer uma plataforma para o discurso político público (...) A quarta função da mídia é dar publicidade para instituições governamentais e políticas - o papel de 'cão de guarda' do jornalismo (...) Finalmente, a mídia nas sociedades democráticas serve como um canal para a defesa de pontos de vista políticos (McNAIR, 2003, p. 21)⁸⁹.

Schudson (2015) encontrou no espaço urbano, em Nova York, o espírito da democracia monitorada (Keane, 2011). O slogan da *New York City Transit Authority* (departamento de trânsito de Nova York) diz “*if you see something, say something*” (se você vir algo, diga algo). O conceito foi desenvolvido por John Keane (2009) e caracteriza a democracia onde os poderes estão sobre vigilância e escrutínio. A teoria foi cunhada por Keane depois da Segunda Guerra Mundial.

No livro *Why Democracies Need an Unlovable Press*, Schudson (2008, loc.1312) explora as seis razões por que, a despeito de todo descrédito e críticas fundamentadas a respeito das limitações e falhas da imprensa, “as características mais restritas e indesejáveis podem ser as mais vitais na contribuição para a democracia”⁹⁰. A dependência nas fontes oficiais, os constrangimentos

⁸⁷ No original: *The press has to be a major source of such information since no other institution is able to offer disinterested knowledge in such scale.*

⁸⁸ No original: *At the base are the personal ideals and values of professionals in the field of public communication.*

⁸⁹ No original: *First, they must inform citizens of what is happening around them (...) Second, they must educate as to the meaning and significance of the 'facts' (...) Third, the media must provide a platform for public political discourse (...) The media's fourth function is to give publicity to governmental and political institutions – the 'watchdog' role of journalism... Finally, the media in democratic societies serve as a channel for the advocacy of political viewpoints.*

⁹⁰ No original: *The most narrow and unlovable features of news may make the most vital of contributions to democracy.*

organizacionais, as restrições impostas pelo excessivo senso de sabedoria – que restringem, por exemplo a pauta –, a peso dado à cobertura de conflitos, o ceticismo diante de políticos, a condição de *outsider* apesar da proximidade com o poder institucional são os aspectos apontados. A despeito de reconhecer que os profissionais da mídia não são agentes livres, ele atenta para a capacidade de expandir o leque de notícias a partir de sua autonomia limitada:

Os cientistas sociais observam frequentemente como os repórteres se tornam *insiders* socializando com suas fontes, lisonjeados pela intimidade com os ricos e poderosos, dependentes da intimidade para obter vazamentos. Tudo isso é verdade. Mas é mais um motivo para observar cuidadosamente a maneira como os jornalistas conseguem permanecer estranhos e avançar na agenda jornalística que pautará a conversa de milhões de pessoas em suas salas-de-estar (SCHUDSON, 2008, loc.1533).

Mesmo aqueles mais críticos à atuação da mídia não reduzem a pó sua importância. Miguel (2019, p.120) salienta que, mesmo com tantas controvérsias, os “ideais canônicos” da imparcialidade, neutralidade e objetividade mantêm-se centrais para a credibilidade e legitimidade da mídia frente ao público. Para o autor, de fato, esses cânones tornam-se ainda mais centrais em função da disseminação de informação propiciada pelas novas tecnologias. Neste sentido, McNair (2000) alerta contra “expectativas excessivas em relação ao jornalismo contemporâneo”. Ao considerar os dilemas enfrentados pela mídia no que tange à capacidade de preservar suas normas deontológicas em meio à crescente cultura de comentários e à ação de *spin doctors*⁹¹, McNair percebe um avanço positivo na conexão e na percepção do público quanto ao papel do jornalismo.

Quanto a essa forma de atuação jornalística, no próximo capítulo, vamos aprofundar a discussão a partir de modelos que permitem avançar a agenda de interesse público e, por isso, cumprir um papel dentro de sistemas democráticos. O objetivo é abordar correntes do jornalismo que são pertinentes com o papel de monitor (*monitorial role*) a partir do fortalecimento de aspectos como precisão e objetividade. A delimitação proposta aborda o jornalismo de dados e suas

⁹¹ *Spin doctors* são peritos em trabalhar enquadramentos da notícia. O verbo *spin* significa girar e embute uma concepção de obter um tratamento favorável ou reverter o impacto negativo de uma notícia ou mesmo mudar a percepção ou opinião da audiência sobre determinado assunto, pessoa ou instituição. É uma atuação que vai além do trabalho da assessoria de imprensa ou do marketing na comunicação, mas traz alguns elementos comuns no *modus operandi* e nos resultados.

contribuições em larga escala – e como o *big data* favoreceu o jornalismo investigativo. O conceito de transparência é adotado como prática nas reportagens guiadas por dados e, para alguns acadêmicos, pode ser visto como uma nova forma de objetividade.

1.4. Materialidade performática: o papel do jornalismo de dados

*Há mais locais para ver, há mais oportunidades para denunciar*⁹². Schudson

Ao pensar a história do jornalismo e suas múltiplas facetas, é factível empreender uma reflexão sobre tipos de jornalismo – ou modos de fazer – com maior aderência ao pressuposto básico que estabelece uma função social perseguida por jornalistas inspirados pelos ideais do “jornalismo de informação” (SCHUDSON, 2010a). Informação de qualidade – no lastro da veracidade, precisão e evidência – fundamenta a premissa básica reafirmada nos códigos deontológicos. Se, de um lado, a mídia não escapa do escrutínio e da crítica por parte de pesquisadores e dos observatórios da imprensa; por outro lado, não faltam autores que ratificam sua importância⁹³.

É relevante pontuar que a credibilidade no jornalismo está vinculada a aspectos relacionados a práticas, expertise e normas que legitimam um saber profissional. A profissionalização traz, em seu bojo, o aprimoramento de técnicas como o saber de narração, identificado por Gatulng e Wolf, e o “saber de procedimento”, apontado por Erickson, Baranek e Chan, que guiam o jornalista na construção da notícia (TRAQUINA, 2013, p.40). Ao observar as rotinas jornalísticas, Gaye Tuchman (1972/1999) identificou estratégias e rituais que reivindicam *per se* um conhecimento específico. Se tem algo de senso comum, Meditsch (1997, p.8) atesta que um conhecimento envolve “processo que culmina em sistemas de perícia extraordinariamente complexos”.

A história do jornalismo é marcada pela ênfase na introdução de novas máquinas e tecnologias e seu impacto no cotidiano do repórter (BARNHURST & NEGRONI, 2009). Nas últimas duas décadas, é perceptível a expansão do

⁹² Citação do livro *The Rise of the Right to Know*, 2015.

⁹³ No percurso deste trabalho, focalizamos vertentes do jornalismo com aderência à objetividade. A proposta do jornalismo cívico – embora se preste ao interesse público – tem premissas e práticas que se distanciam do conceito aplicado ao *jornalismo de informação*.

jornalismo de dados em redações dentro e fora da mídia *mainstream*. A noção de que o jornalismo de dados reforça a precisão, ajuda a produzir narrativas verdadeiras e potencialmente aprimora a forma como o jornalismo contribui para a democracia é consenso entre alguns autores, como: Cohen et al., 2011; Parasie & Dagiral, 2013; Howard, 2014; Charbonneaux & Gkouskon-Chiannakou, 2015; Felle, 2015; Anderson, 2018a, Hermida & Young, 2019 e Borges-Rey, 2016.

A emergente cultura dos dados inspirou uma série de estudos que se debruçam sobre genealogia (ANDERSON, 2018a), epistemologia (LEWIS & WESTLUND, 2015; PARASIE & DAGIRAL, 2013), conceitos, tipologias e práticas (FINK & ANDERSON, 2014; GYNNILD, 2014; CODDINGTON, 2015; OJO & HERAVI, 2017; GEHRKE, 2018a) tensionamento profissional (CANAVILHAS et al., 2016; USHER, 2016; HERMIDA & YOUNG, 2019) e alcance (VASCONCELOS, 2014). Jornalismo de dados, jornalismo computacional e outros termos pertinentes ao *big data* incorrem no risco de ser descartados como uma moda sem sentido, sem suficiente reflexão e atribuição de significado (CODDINGTON, 2018, p.226). “Se e como o jornalismo de dados existe (...) é uma questão pouco compreendida”⁹⁴, sentenciam Katherine Fink e C.W. Anderson (2015, p.1). No capítulo 3, temas relacionados à genealogia, definição e epistemologia serão tratados de forma minuciosa⁹⁵.

Não é possível pensar na existência do jornalismo de dados sem considerar a transição da sociedade para a era digital. Neste sentido, ao empreender um panorama sobre o campo jornalístico, no relatório *Post-Industrial Journalism – Adapting to the Present*, Anderson, Bell e Shirky (2012, p.29) observam mudanças nas “habilidades artesanais” que redefinem o trabalho jornalístico. Uma dessas mudanças consiste na possibilidade de unir o “faro para notícias” à capacidade de contar uma história convincente a partir do acesso e processamento de vasta informação disponível que permite a descoberta de fatos surpreendentes (GRAY et al., 2012; ROGERS, 2013). E demonstra, de forma abrangente, que peculiaridades do jornalismo de dados não se resumem à apresentação de estatísticas em mapas, gráficos ou esquemas interativos.

⁹⁴ No original: *Whether and how data-journalism actually exists as a thing in the world (...), is a different and less understood question.*

⁹⁵ Se para alguns profissionais da mídia, não se justifica a preocupação com paradigmas epistemológicos como constatou a pesquisa de Hermida e Young (2019), Coddington assinala que estas definições são fundamentais para pesquisadores analisarem práticas, rotinas e significados culturais sem os quais não é possível construir um campo coerente de estudo.

Ao analisar as contribuições do uso do *big data*, Parasie e Dagiral (2013) notam como a objetividade é fortalecida com as ferramentas de análise de dados que favorecem o processo de *accountability*. Sem perder de vista o senso crítico quanto a um possível determinismo tecnológico, Lewis e Westlund (2015, p.3) argumentam que é válido considerar menos a “grandeza” do *big data* e focalizar em sua relevância social e valor normativo. Cohen, Hamilton e Turner (2011), por sua vez, propõem que a utilização de novos métodos e interfaces por “cientistas da computação” na busca por informação permitem a verificação e descoberta de histórias de interesse público. Howard (2014, p.4) assinala que os jornalistas, no entanto, não podem se eximir de confirmar suas fontes, sejam estas pessoas ou dados, e de realizar as checagens necessárias a fim de fundamentar a verdade em suas reportagens. Neste sentido, jornalista que atuou na BBC e, hoje, ensina a melhor forma de usar o jornalismo de dados no *Open Data Institute*, em Londres, Jonathan Stoneman sustenta um visão compartilhada por datajornalistas como Megan Lucero e Charles Boutaud, do *The Bureau of Investigative Journalism*:

Existe um obstáculo na maneira como os jornalistas e seu público parecem associar dados a estatísticas. Dados são uma fonte como qualquer outra - saber como interrogar um conjunto de dados é tão importante quanto saber fazer perguntas a um oficial sênior, a um especialista, a um denunciante. Como qualquer fonte, um conjunto de dados não é algo que deve apenas se transformar em estatísticas ou gráficos. As informações conduzem à outra fonte, a um trecho de texto ou podem fornecer o conteúdo de uma pergunta a ser feita em entrevista a um ser humano (STONEMAN, 2015, p.196)⁹⁶.

Ao introduzir uma nova gama de normas e convenções que legitimam sua prática, Borges-Rey (2016, p.842) percebe estratégias performáticas no sentido de superar a falta de confiança generalizada no jornalismo. Os jornalistas de dados, na visão do autor, lançam mão de métodos que fortalecem a “infalibilidade numérica, o rigor científico e a neutralidade computacional”. Em termos de alcance, Borges-Rey pontua a forma como os procedimentos favorecem a produção de reportagens

⁹⁶ No original: *There is an obstacle in the way journalists and their audience seem to associate data with statistics. Data is a source like any other - knowing how to interrogate a dataset is as important as knowing how to ask questions of a senior official, an expert, a whistleblower. Like any source, a dataset is not something should only turn into statistics or charts. The information lead another source, a piece of text or it may provide substance of a question to be asked of a human interviewee.*

hiperlocais exclusivas que são percebidas, pelo público, como “mais precisas e transparentes”.

Entre os fatores que impulsionaram esta tendência quantitativa, destaca-se a crescente disponibilização de informação em banco de dados. “Vivemos sob um dilúvio de dados”, vaticinou Seth Lewis (2015, p.322) ao discorrer sobre a *Era do Big Data*. O armazenamento de informação em arquivos digitais e a campanha pela transparência de dados governamentais resultou na criação de portais de transparência no Brasil (2004), nos Estados Unidos, Reino Unido e Espanha (2009) e em outros países. O site *Data.gov* lançado pelo ex-presidente americano Barack Obama foi relevante nesse processo (ROGERS, 2013, p.30) bem como o canal “underground” *Wikileaks* (FLEW et al., 2012).

De fontes fidedignas, os repórteres passam a contar com dados em larga escala como fonte de informação dentro de um contexto que muda da “escassez para a abundância” (FLEW, 2012, P.162). Essa independência no processo de apuração – aliada a dispositivos como a Lei de Acesso à Informação, criada em 2011 (MANCINI & VASCONCELOS, 2016) – aconteceu par a par com o paulatino interesse em adotar diferentes formas de visualização como parte da narrativa (ROGERS, 2013). Lewis e Westlund (2015, p.3) acrescentam que esse fenômeno social, cultural e tecnológico se assenta na precisão em reunir, analisar e comparar grande volume de dados, identificar padrões e realizar inferências propiciadas pelo jornalismo computacional. Hermida e Young apontam a contribuição das pesquisas em torno deste segmento:

Os jornalistas estão na linha de frente da crise do jornalismo, e mapear este campo nos permite compreender 20 anos de jornalismo movido à tecnologia. Esse período traz uma história de continuidade da pesquisa sistemática da RAC (Reportagem com Auxílio de Computador) e do jornalismo investigativo, e uma ideologia profissional consistente no que tange expor questões públicas importantes para o público, bem como práticas (...) emergentes que se baseiam em valores de compartilhamento, expandindo saberes de procedimento do jornalismo que se intersectam com culturas tecnológicas jornalísticas (HERMIDA & YOUNG, 2019, p.53)⁹⁷.

⁹⁷ No original: *Data journalists are at the coalface of the most current journalism crises, and charting their response allows a data point to understand 20 years of technology-fueled journalism. They represent a history of continuity of systematic research from CAR and investigative journalism,*

A busca por uma apuração acurada e confiável foi a fonte de inspiração, na década de 1970, para o repórter e professor Americano Philip Meyer (autor do manual *Jornalismo de Precisão*) sistematizar uma metodologia quantitativa conhecida como RAC – Reportagem com Auxílio de Computador – conceito-chave precursor do *big data* (HOWARD, 2014). Meyer (MIELNICZUK, L; GERKHE, M. 2017), aos 90 anos, salientava que, diante de fontes menos confiáveis, os jornalistas devem apreciar os benefícios do jornalismo de dados. Mas destaca que, como método científico, constitui-se uma ferramenta que requer hipótese, análise de correlação e apuração *in loco*. Ao invocar Lippmann, Meyer argumenta que, se para o filósofo americano “o jornalismo depende da disponibilidade de fatos objetiváveis”, sua metodologia propõe, justamente, que acontecimentos sejam “objetivados, medidos e nomeados” (MEYER, 2002/1973, p.4) .

Para Anderson (2018a), o cruzamento entre jornalismo e ciências sociais situa-se no começo do século XIX com a adoção da *social survey reportage* (a reportagem com cunho social). O fenômeno, explica o historiador, revela a predominância de certezas epistemológicas: a crença na relevância de evidências empíricas colhidas no campo e a obsessão pelo poder dos números em iluminar importantes verdades.

Ao reconstituir o percurso epistemológico do jornalismo investigativo, Ettema e Glasser (1998, p.13) observam como esta prática relata fatos sólidos com base em informações minuciosas a fim de confrontar a realidade de forma mais direta e completa. Consequentemente, uma das características da apuração investigativa – que alguns consideram basicamente jornalismo bem feito – é buscar múltiplas fontes e preservar a autonomia, ou seja, não contar essencialmente com informação oficial (ETTEMA & GLASSER, 1998; LOPES & PROENÇA, 2003; SEQUEIRA, 2005; CHRISTOFOLETTI & KARAM, 2015). Uma das etapas do processo é definida por Ettema e Glasser (1998) pela categoria “pesando as evidências” obtidas a partir de documentos, gravações etc. – “qualquer material que capture e certifique os fatos”⁹⁸ (ETTEMA & GLASSER, 1985, p.194). Este

and consistent professional ideology of exposing important public issues for the public, as well as emergent cultural, political, and sociological practices that draw on values of sharing, expanding expertise and ways of knowing in journalism that intersect with journalistic technologic cultures.

⁹⁸ No original: *anything that captures the facts, that certifies the facts.*

processo mostra correlação clara com as práticas investigativas e o jornalismo de dados.

Em muitos casos, a reportagem investigativa parte de informação de um denunciante, por vezes anônimo. O *Pentagon Papers* – denúncia oriunda de um funcionário do Pentágono, Daniel Elsberg, desmascarou ações do governo americano durante a Guerra do Vietnã. O material fornecido à equipe do *New York Times* envolveu um total de 7 mil cópias de um relatório composto por 14 mil páginas. Com os recursos oferecidos pelo *big data*, a reportagem *Panama Papers* – que revelou operações ilícitas em paraísos fiscais – é um exemplo de clivagem no procedimento da apuração que revela a filosofia do pensamento computacional influenciado, sobremaneira, pelo movimento *Open Source* (LEWIS & USHER, 2014a; LEWIS & USHER, 2103b; HOWARD, 2014; CODDINGTON, 2015).

O termo *Open Source* surgiu na década de 1990 e tem sua origem na ideia de promover desenvolvimento coletivo do conhecimento tecnológico como alternativa à produção fechada em enclaves; traz no seu bojo um *ethos* de compartilhamento e de colaboração (HOWARD, 2014; CODDINGTON, 2015). Uma experiência precursora foi a do grupo americano *Hacks/Hackers*⁹⁹, fundado em 2009, por jornalistas que se autodenominavam uma comunidade digital interessada em reunir *hackers* capazes de filtrar e visualizar informações. O movimento angariou apoio de instituições como *Columbia University* e *National Institute for Computer Assisted Reporting* (NICA). O crescente interesse em criar narrativas a partir de dados gerou uma demanda por expertise tecnológica e iniciativas como *Hack Days*, organizados pelos jornais *The New York Times*, *The Guardian* e *The Globe*, e resultou em conceitos como *hacking social* (LEWIS & USHER, 2014).

Lewis e Usher (2013) sugerem que, a partir do paradigma *open source*, é possível não só repensar as ferramentas utilizadas pelo jornalismo como também sua estrutura normativa que abarca também a questão da transparência através do acesso aberto aos dados. A proposta demonstra um paradoxo diante do comportamento de muitos profissionais que buscam a exclusividade do furo em empresas jornalísticas pouco dispostas a publicizar o material bruto compilado por

⁹⁹ O *Hacks/Hackers* tornou-se a maior organização do gênero. Em janeiro de 2014, possuía mais de 75 grupos baseados em cidades ao redor do mundo e mais de 23 mil membros conectados em plataformas digitais que se reuniam em *hack days* e compartilhavam suas descobertas (LEWIS & USHER, 2014).

seus repórteres. Mas reportagens como a *Panama Papers*, que reuniu dezenas de veículos, são uma prova de que o jornalismo de dados pode agregar novas rotinas jornalísticas.

Mar Cabra, a jornalista espanhola que liderou a equipe do *Panama Papers*, reconhece que o grande diferencial foi a metodologia radical de compartilhamento de dados. Com ajuda de três programadores, uma equipe que reuniu mais de uma centena de profissionais publicava reportagens no mesmo dia e na mesma hora a partir do acesso aos dados da apuração compartilhada. Foi uma experiência de colaboração radical, e o sucesso, segundo Cabra, se deve à confiança construída a partir do respaldo garantido pela própria forma de usar a tecnologia.

Em países onde o *Freedom of Information* não é respeitado, a vantagem da colaboração é enfrentar regimes opressivos. E o fato de não ser apenas um jornalista, mas muitos, de muitas publicações, fez do *Panama Papers* uma reportagem muito mais confiável. Uma semana antes da divulgação internacional, Vladimir Putin disse que uma organização midiática nos Estados Unidos pretendia lançar uma campanha o desqualificando. Mas vendo todos estes profissionais, esses argumentos pessoais não se sustentam (CABRA, 2019)¹⁰⁰.

Pesquisa realizada nas redações de O Globo, Zero Hora e Diário do Nordeste, no Brasil, e Correio da Manhã, Expresso e Público, em Portugal, sobre a crescente influência de “tecnoatores” nas redações online aponta para hibridismo profissional com a manutenção da primazia de repórteres e editores na condução das principais diretrizes de trabalho (CANAVILHAS et al., 2016). Ao observar a integração entre *hacks e hackers*, Lewis e Usher (2014) perceberam divergências de pensamento – jornalistas mais preocupados em realizar o trabalho a curto prazo e programadores interessados em desenvolver *softwares* a longo prazo. Juliette Charbonneaux e Pergia Gkouskou-Giannakou (2015) argumentam, entretanto, que a fragmentação no campo profissional não impede o processo de extensão do domínio da profissionalização.

Mais do que um simples método, Marchetti (2000, p.37) considera que o jornalismo de dados (JD) constitui um novo “objetivo de lutas simbólicas em torno

¹⁰⁰ Informações concedidas durante a Conferência *Trust in Media*, realizada no dia 14 de novembro de 2019, em Londres. O evento anual é organizado pela *Impress*, organização britânica independente que monitora a mídia e reúne acadêmicos, jornalistas, estudantes, instituições reguladoras da mídia, representantes de organizações jornalísticas e profissionais de organizações sem fins lucrativos do setor.

da própria definição da atividade jornalística”. Ao abordar o JD como prática investigativa na Grécia e Alemanha, Charbonneau e Gkouskou-Giannakou (2015, p.268) formulam que, nos dois países, as primeiras experimentações de jornalistas de dados se destacaram em um contexto de crise econômica e desconfiança dos gregos em relação às instituições públicas e tentativas de dar visibilidade a temas como ação de grupos neonazistas e a ineficácia dos serviços públicos alemães.

Não é possível refletir sobre a relevância desta corrente do jornalismo sem considerar a questão da *agenda-setting*. “Que tipo de conteúdo tem sido apresentado a partir destas técnicas?” questionou o pesquisador e jornalista Fábio Vasconcelos (2014). Ao analisar 144 reportagens publicadas nos jornais O Globo e Estadão, chegou à conclusão de que os assuntos tratados contribuíram para o processo de *accountability*, pois focalizaram tópicos relevantes para a agenda pública com predominância de recursos interativos. Outra pesquisa realizada a partir das reportagens indicadas para o *Data Journalism Award*¹⁰¹, nos anos de 2013 e 2014, inferiu que 48,3% do conteúdo envolvia política (LOOSEN et al., 2015).

Para além da agenda de interesse público, autores como Howard (2014) e Gray, Bonegru e Chambers (2012) destacam que uma das características do estilo *open source* se explicita na permissão de acesso aos dados brutos de cada reportagem. Este dado de transparência é considerado uma demonstração efetiva de democratização da informação com a possibilidade de exploração por quaisquer pessoas, sejam elas leigos, repórteres, cientistas, analistas ou estatísticos (GRAY et al., 2012). A agência de notícias americana *ProPublica* – uma organização sem fins lucrativos – pratica a política de dados abertos que permitem também compartilhamento e construção de reportagens originais por profissionais parceiros, apoiada por repórteres da empresa como Charles Ornstein.

Cada vez mais, acho que os jornalistas de dados também pensam em como podem fornecer esses conjuntos de dados de uma maneira mais fácil para o público. Eu não acho que estamos numa era em que podemos dizer: “analisamos os dados, confiem em nós (ORNSTEIN apud HOWARD, 2014, p.16)¹⁰².

¹⁰¹ A premiação define os parâmetros do que é excelência em termos de jornalismo de dados (LOOSEN et al., 2015).

¹⁰² No original: *Increasingly, I think data journalists also think about how they can provide these data sets in an easy-to-use way for the public,” said Charles Ornstein, senior reporter at ProPublica. “I don’t think we’re in an era anymore in which journalists can say, ‘We’ve analyzed the data, trust us.*

Neste sentido, é importante pontuar que dados não implicam necessariamente verdade e livros como *How to lie with Statistics*, de Darrel Huff (1993), abordam as incertezas do método científico. Por isso, Howard recorre a professores e estudiosos como Richard Sambrook e Brian Keegan, para apontar a relevância do abertura dos dados. Para Keegan, se não forem adotados padrões e normas da comunidade científica, o jornalismo de dados corre o risco de minar a confiança do público e dos especialistas (HOWARD, 2014, pp.19-20). A partir do ponto de vista de Dickinson, Felle (2015, p.169) faz um contraponto ao levantar dúvidas sobre o nível de *affordance* (acessibilidade) das pessoas – reconhecimento autóctone sobre a utilização de objeto ou interface – e a conseqüente limitação na leitura da informação bruta – uma questão que só pode ser respondida por pesquisas de recepção.

Se é fato que o jornalismo de dados pode propiciar maior transparência, ainda são poucos os jornais que abrem, aos leitores, seus dados brutos – planilhas Excel, *spreadsheets* e *google docs* e *GitHubs*. Jornais, como *The Guardian*, apresentam uma oferta limitada – embora algumas matérias incluam links para documentos e relatórios¹⁰³. O procedimento é utilizado também pelo *The New York Times*. O Globo não costuma lançar mão deste recurso com muita frequência, a exemplo de outros veículos *mainstream* brasileiros.

A política de acesso aos dados é uma das características das agências *The Bureau of Investigative Journalism* (TBIJ), Gênero e Número (GN) e Agência Pública. As três organizações mantêm a prática de oferecer acesso a documentos, via link – o que na pesquisa em tela é considerado também um exemplo de dado aberto. Explicar o procedimento utilizado na apuração das informações de suas reportagens é outro expediente dessas agências. Como pontuam Hermida e Young (2019, p.53), o jornalista de dados encontra estratégias performáticas que reenquadram seu papel e identidade e, desta forma, respondem às inquietações sobre valor e credibilidade que cercam o jornalismo no cenário digital¹⁰⁴.

¹⁰³ Disponível em <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jan/27/data-store-office-for-national-statistics#data>. Acesso em 04 jun. 2020.

¹⁰⁴ No original: *In the process, data journalists are growing power, strategically and performatively reframing their relatives' roles, identity and potentially the field of journalism in the process to respond to concerns about shifting power relations and the relative value and credibility of journalism in the digital landscape* (HERMIDA & YOUNG, 2019, p.53).

2. Desconstrução e revalidação do jornalismo

Vivemos tempos de ceticismo, desqualificação e descrença. Cresce o sentimento de desconfiança frente à ciência e à expertise. No lugar da mediação do jornalista, vemos as redes sociais crescerem seu domínio na esteira da disseminação de informação de fontes pouco fidedignas. No subcapítulo 2.1, *A erosão da expertise*, buscamos a origem desta descrença nas ciências e no conhecimento perito que se reflete na desqualificação enfrentada pela mídia no que diz respeito ao seu campo profissional.

Na tentativa de compreender o descrédito direcionado ao jornalista, avançamos no subcapítulo 2.2, *Desinformação, distorção e deformação*, investigando o impacto da desinformação e também da deformação na informação. Esta abordagem, portanto, requer uma avaliação crítica das próprias práticas jornalísticas no que tange a questões como imprecisão, viés ideológico e constrangimentos organizacionais. Como agravante, a cultura do clique e a ação dos algoritmos atingem o jornalismo na sua capacidade de direcionar ao público uma agenda relevante.

No subcapítulo 2.3, *Fragmentação e novas centralidades*, verificamos como o campo jornalístico sofreu um processo de fragmentação que expôs e colocou em xeque a autoridade profissional. Novos atores entraram em cena e acentuaram a perda no monopólio da distribuição da notícia por parte da mídia mainstream e, portanto, de poder de mediação. Para Objetividade e método, temas do subcapítulo 2.4, separamos as formas pelas quais o jornalismo é credível e merece a confiança da audiência para, então, cumprir sua função social. Nessa parte, fazemos uma densa reflexão sobre objetividade, resgatando, de forma genealógica, os métodos e recursos tecnológicos que vêm sustentando a expertise do jornalista em seu campo profissional. E, por fim, no subcapítulo 2.5, *A proposta de quatro ciclos*, expomos uma ideia sugerida na elaboração do projeto da pesquisa agora concluída: a de que, em quatro momentos, o jornalismo é atravessado por noções de objetividade e rigor nas rotinas produtivas.

2.1. A erosão da expertise

Com respaldo em autores como Bauman, 2001; Arendt, 1958/2014; Giddens, 1991, 2002; Lipovetsky, 2005; Hall, 1992/2006; Habermas, 1998; Latour,

1994; e Nichols, 2017, neste subcapítulo, exploramos as origens da erosão da expertise e as condições de possibilidade que resultaram neste processo. Abordamos conceitos sobre modernidade e pós-modernidade e sobre relativismo que pavimentaram o ambiente favorável para o niilismo, o descrédito generalizado e o cinismo frente às verdades históricas e científicas. Neste processo, certezas se relativizam e crenças se dissolvem com efeitos nocivos sobre a legitimidade de instituições sociais. A imprensa não poderia passar incólume à crise da modernidade.

Postura emblemática neste cenário em que *certezas* são refutadas, Thabo Mbeki, presidente da África do Sul de 1999 até 2008, rejeitou a oferta de drogas para tratamento de portadores de Aids. Mbeki acreditava que a infecção era resultado de fatores como sujeira e desnutrição. Médicos da *Harvard School of Public Health* calculam que a negação foi responsável por mais de três mil mortes e o nascimento de 35 mil crianças portadoras de HIV. Thabo era seguidor de um grupo de pesquisadores que, contra todas as evidências empíricas que comprovaram a existência do vírus da imunodeficiência humana (HIV), negava fatos científicos (NICHOLS, 2017, pp.1-3).

Em obra lançada em 1963, Richard Hofstadter notava a forma como a complexidade do mundo moderno fez brotar um sentimento de pouca competência e autonomia junto ao cidadão comum. Esse complexo de opressão produziu um sentimento de desamparo e rancor junto a um segmento que se sentiu subjugado e transformou o conhecimento formal em razão de ressentimento. Se antes o *expert* era considerado essencial, agora ele é rechaçado por ocupar o lugar de cidadão crucial. “O problema aumenta quando as pessoas começam a acreditar que conhecer um pouco sobre algo significa perícia” (NICHOLS, 2017, p.37).

“A modernidade institucionaliza o princípio da dúvida radical e insiste em que todo conhecimento tome forma de hipótese”, pontua Giddens (2002, p.10). Arendt, por sua vez, observa como, na época moderna, a autoridade perde sua validade em face da perda do fundamento do mundo que inicia um processo dinâmico de mudança, “como se estivéssemos vivendo e lutando em um universo proteico, onde todas as coisas, a qualquer momento, podem se tornar praticamente qualquer coisa” (ARENDR, 1954/2016, p.153).

Espírito da época (Zeitgeist), revolução, emancipação, progresso, crise, destruição criativa ou *criatividade destrutiva* são palavras ou expressões que

surtem a reboque do paradigma dos tempos modernos que instituíram o “sujeito moderno” (HABERMAS, 1998, p.18; BAUMAN, 2001, p.40; HALL, 1992/2006, p.24). A abordagem de um tema que abarca vários prismas – alta modernidade, modernidade tardia, pós-modernidade – se faz necessária no que tange às implicações sobre questões como autoridade, confiança e seu oposto, validações científicas, individualismo, subjetividade e, em última análise, sobre o que é verdadeiro e o que é falso. A partir de uma perspectiva de continuidades, buscamos refletir sobre a desvalorização da expertise e do conhecimento perito.

A idade moderna é demarcada pela emergência da Reforma, do Renascimento e do Iluminismo, que trazem, no seu bojo, uma ruptura com a tradição. Surge um sujeito soberano e livre das estruturas divinas rígidas, com uma visão racional e científica estabelecida pela ótica iluminista (HALL, 1992/2006, pp.24-25). O filósofo francês Lipovetsky (2005) recorre à Tocqueville para apontar como a tradição perde o prestígio diante da perspectiva moderna de desqualificação do passado onde a autoridade e normas vigentes são alvo de crítica e detração. O pensamento cartesiano, que introduz a dúvida, está no cerne da filosofia moderna – o *De omnibus dubitandum est* de René Descartes – “a visibilidade não constitui de modo algum prova de realidade. Essa dúvida duvida que exista algo como a verdade”, expõe Arendt ¹⁰⁵ (1958/2014, p.342).

Desde a radical crítica das crenças nos séculos XVII e XVIII, permaneceu como característica da época moderna o duvidar da verdade religiosa, e isso é igualmente verdadeiro para crentes e não crentes. Desde Pascal e, ainda mais marcadamente desde Kierkegaard, a dúvida tem sido remetida à crença, e o crente moderno deve constantemente resguardar suas crenças contra dúvidas (ARENDR, 1958/2014 p.153).

Giddens (1991, p.59) identifica sinais de niilismo na própria era iluminista, quando ganhou força a certeza empírica calcada na observação. Entre iluministas já se compartilhava a ideia de que as evidências são “suspeitas em princípio”. A modernidade redonda de um “sistema internamente referido de conhecimento” (GIDDENS, 2002, p.135). A expressão “fim da natureza” pressupõe, como explica Giddens (2002, p.135), o surgimento de um “ambiente criado” que se assenta em

¹⁰⁵ Arendt credita à invenção do telescópio uma nova concepção física do mundo que trouxe a dimensão do engano e incutiu a percepção de que “verdade e realidade não são dadas, que nenhuma nem outra aparecem como são” (ARENDR, 1954/2016, p.340).

estruturas de poder apoiadas em sistematizações humanas e “hábitos rotineiros” (ibidem) – em detrimento do mundo natural. A vida social afasta-se da tradição, com seu caráter normativo, e dos princípios morais que não se coadunam com o paradigma do controle e subordinação da natureza às ambições humanas que a modernidade subsume (ibidem).

Ao refletir sobre o mesmo tema, Latour (1994) invoca Bloor a fim de introduzir a noção de simetria que igualou a explicação de erro e verdade e alicerça o conceito do relativismo. A assimetria presume que o verdadeiro é explicado pela natureza, e o falso, por sua vez, pela sociedade. No princípio da simetria, nem falso nem verdadeiro são explicados pela natureza; da mesma forma, falso e verdadeiro podem ser explicados pela sociedade (BLOOR apud LATOUR, 1994, p.94). Na assimetria, era possível analisar “a crença em discos voadores, mas não os buracos negros; as ilusões da parapsicologia, mas não o saber dos psicólogos” (ibidem, p.92). Não há mais a ruptura entre as “ciências sancionadas” – onde há um corte epistemológico – e as “ciências proscritas”; não se diferencia mais ciência de ideologia. Latour assinala como Lévi-Strauss aproxima relatos etnográficos das ciências exatas:

Se os primitivos não diferem de nós tanto quanto pensamos é porque eles antecipam, com instrumentos inadequados e “erros de atribuição”, as mais recentes conquistas da teoria da informação, da biologia molecular e da teoria física. As próprias ciências que servem para a elevação são mantidas fora do jogo. (...) Basta dar aos primitivos um microscópio e eles pensarão como nós. (...) Para Lévi-Strauss (assim como para Canguilhem, Lyotard, Girard e a maioria dos intelectuais franceses), este conhecimento está totalmente fora da cultura. Essa transcendência permite que todas as culturas sejam relativizadas, tanto a dos outros quanto as nossas. Com a diferença, (...), que é justamente a nossa que foi construída através da biologia, dos microscópios eletrônicos e das redes de telecomunicações...O abismo que desejávamos atenuar se amplia (LATOUR, 1994, p.98).

Um fator que, a nosso ver, acirra o relativismo é a reflexividade, apontada por Giddens como uma característica da modernidade que impacta, em seu âmago, a certeza do conhecimento e da expertise. Giddens observa que a reflexividade define as ações humanas em sua rotina. Nas culturas tradicionais, a tradição é valorizada como um símbolo de experiência que norteia práticas sociais. O “sujeito moderno” não possui – ou rejeita – essa bússola porque pretende se guiar pelo

conhecimento com base científica (GIDDENS, 1991, p.49). Entretanto, como pontua Giddens, se os dogmas refutados da tradição deveriam ser superados pelas afirmações da razão, o caráter de revisão constante das convenções na modernidade torna implícito que uma doutrina científica não só pode ser revista como descartada “à luz de novas ideias ou descobertas” (GIDDENS, 2002, p.26). Essa correlação entre modernidade e dúvida radical, sentencia Giddens (2002): “*não é inquietante apenas para os filósofos, mas é existencialmente perturbadora para os indivíduos comuns*” (grifos nossos). A esse respeito, Bauman assinala que a crítica e a insatisfação fazem parte da sociedade moderna:

Como Antony Giddens nos lembra, (...) somos “seres reflexivos” que olhamos de perto cada movimento que fazemos, que estamos raramente satisfeitos com seus resultados e sempre prontos a corrigi-los. (...) Somos talvez mais (...) intransigentes em nossas críticas que nossos ancestrais em sua vida cotidiana. (...) A liberdade sem precedentes que nossa sociedade oferece chegou (...) e com ela também uma impotência sem precedentes (BAUMAN, 2001/2014, p.34).

A partir dessa perspectiva, Giddens (1991; 2002) sinaliza como a reflexividade atinge a confiança. O caráter globalizante e dinâmico do mundo moderno impôs a separação entre espaço e lugar. O local não é simplesmente a cena em que o sujeito moderno está inserido e é atravessado pelas relações distanciadas que não estão aparentes – as redes sociais são um exemplo deste esvaziamento do espaço. Nestas circunstâncias, há um desencaixe que pressupõe esse “descolamento nas relações sociais”. Dois mecanismos se estabelecem: fichas simbólicas – cujo exemplo cotidiano é o dinheiro com seu valor de crédito e condição operacional de forma desterritorializada – e os sistemas peritos. Um sistema perito, a exemplo de fichas simbólicas, fornece garantias que dispensam a necessidade de monitoramento. Fica estabelecida a confiança em algo sobre o qual não possuímos informação codificada, mas sabemos estar calcado na perícia e na suposição de confiabilidade. Como a reflexibilidade se constitui no exame e renovação constante das práticas sociais sob a égide da informação, essa característica da modernidade arruína a confiança (GIDDENS, 1991, pp.28-32; 2002, pp.23-26).

Giddens (1991, p.37) recorre a Simell para apontar que a confiança depende de acreditarmos em algum “princípio” e nos lembra que é sinônimo de “crédito” e “fé”. Portanto, é um tipo de crença. A noção de sistema perito associa a fé e

competência em uma especialidade. Quando sobe uma escada de uma moradia, o indivíduo confia no conhecimento técnico de um engenheiro civil e de um arquiteto, expõe Giddens. A confiança, neste caso, define-se pela credibilidade em um sistema considerando um conjunto de resultados ou eventos e correção de princípios abstratos (ibidem, p.41). O oposto da confiança, sentencia Giddens, não é a desconfiança, mas o sentimento provocado pela reflexividade (ibidem, p.46).

A confiança está relacionada à ausência no tempo e no espaço. Não haveria necessidade de se confiar em alguém cujas atividades fossem continuamente visíveis e cujos processos de pensamento fossem transparentes, ou de se confiar em algum sistema cujos procedimentos fossem inteiramente conhecidos e compreendidos. (...) mas a condição principal para a confiança não é a falta de poder, mas falta de informação plena (GIDDENS, 1991, pp.43-44).

Apoiado no conceito de Giddens, Miguel (1999, p.187) argumenta que o jornalismo pode ser considerado um sistema perito no que diz respeito ao campo da produção de notícias. A confiança do leitor/ouvinte/espectador se explicita na confiança quanto à veracidade das informações relatadas, em face do rigor na seleção e hierarquização dos elementos importantes no relato e na recolha correta das notícias diante do manancial de fatos disponíveis. Assunto abordado no próximo subcapítulo, teria a crescente desconfiança na mídia gerado a necessidade de transparência nos processos jornalísticos como forma de resgate da credibilidade?

A vida cotidiana impõe aos leigos, como condição, confiar nos especialistas. Ao refletir sobre o descrédito na expertise, Nichols assinala que, para assegurar a confiabilidade nos *experts*, a sociedade conta com a chancela de universidades, conselhos, autoridades que emitem certificações, órgãos de inspeção e outras instituições que devem zelar por padrões de eficiência. Mas a ciência, enquanto processo de observação e pesquisa, trabalha com acertos e erros. Teorias são revistas e substituídas por outras consideradas mais sólidas. Ainda assim, os especialistas podem falhar – “se eles fossem capazes de tal precisão, eles não precisariam fazer pesquisas e realizar experimentos em primeiro lugar” (NICHOLS, 2017, p.176). Em justaposição à reflexão de Giddens, Nichols por sua vez, percebe linhas de fuga nesta relação de fé:

Essa confiança diária nos profissionais, no entanto, é uma questão prosaica de necessidade. (...) Dizer que confiamos em nossos médicos para nos prescreverem a receita correta não é o

mesmo que dizer que confiamos em todos os profissionais médicos. (...) Na tomada de decisões maiores, não há licenças e certificados. Há muito pouca responsabilidade direta, razão pela qual os leigos temem a influência de especialistas. (...) Prestação de contas é algo que acontece depois do fato. (...) culpar não cura o ferido e nem devolve a paz. O que os cidadãos podem fazer quando são confrontados com a falha de especialistas e como podem manter sua confiança nas comunidades de especialistas? (NICHOLS, pp.174-175).

A autoridade é um conceito que tem sua origem na época romana e está explícito na filosofia de Platão e Aristóteles; envolve obediência e implica restrição de liberdade. Ao estabelecer uma legislação, Platão buscou respaldo na autoridade despótica ao imprimir às leis qualidades que as transformaram em regras inquestionáveis aplicadas à esfera pública (ARENDRT, 1954/2016). Para isso, pontua Arendt, se apoiou em modelos de confiabilidade inculcados pelo conhecimento especializado, sem a necessidade de exercício de coerção¹⁰⁶, a partir de relações como do pastor e suas ovelhas, do timoneiro do barco e seus passageiros, do médico e seu paciente. E a própria Arendt reforça: “o elemento coercivo anterior à efetiva emissão de ordem: o paciente torna-se sujeito à autoridade do médico quando se sente doente” (ibidem, p.173).

Ao refletir sobre o processo de desconstrução da confiança na autoridade intelectual, Nichols (2017) busca, a exemplo de Bauman (2001) e Lipovetsky (2005), respostas em Tocqueville, que sustenta que a premissa igualitária leva o cidadão a se basear na sua própria razão como fonte mais óbvia da verdade, e isso abala a crença não só no outro como também na autoridade (TOCQUEVILLE apud NICHOLS, 2017, p.16). Propõe, contudo, que o desdém está associado ao narcisismo. Dessa forma, Nichols introduz a questão do individualismo considerado uma das características da modernidade associada à subjetividade quanto ao consumismo capitalista (BAUMAN, 2006; LIPOVESTSKY, 2005; HALL (1992/2006), HABERMAS, 1985/1998)

Habermas, com respaldo em conceitos hegelianos, expõe que a subjetividade é inerente aos tempos modernos e se ancora na noção de liberdade e reflexão que redundam em: a) individualismo, uma vez que ao sujeito moderno é

¹⁰⁶ Platão e Aristóteles foram obrigados a se fiarem em exemplos de relações humanas extraídos da administração doméstica e da vida familiar gregas, na qual o chefe de família governa como uma déspota, dominando indiscutivelmente sobre os membros de sua família (ARENDRT, 1958/2014 p.168).

permitido fazer valer suas “pretensões”; b) direito à crítica, que requer legitimidade para que algo seja reconhecido; c) autonomia do agir, ou seja, cada um se responsabilizar pelo que faz; e d) filosofia idealista que resume tarefa da época moderna, isto é, que a “filosofia apreenda por si própria” (HABERMAS, 1985/1998, p.27). Como ressalta Habermas, a Reforma estabelece o discernimento através da soberania do indivíduo livre.

Lipovetsky (2005, p.63) lembra que o culto ao “eu” tem suas raízes fincadas no século XIX sob influência de ideias iluministas de Rousseau e se exacerba no Romantismo, quando a sociedade assiste ao surgimento do hedonismo, com uma boêmia radical que se rebela contra as normas burguesas. Para o autor, a grande revolução cultural nas sociedades modernas desponta na década de 1920, época em que o consumismo dissemina um comportamento hedonista para além do círculo de artistas e intelectuais (ibidem, p.63). Em suas palavras, a partir desse período, “a liberdade não é mais adaptação ou variação da tradição, ela exige ruptura e destruição de leis e significados recebidos para chegar a uma criação soberana, uma invenção sem modelo” (ibidem, p.73). O período também é retratado pelo estudioso como aquele em que cada qual volta-se para si mesmo:

à espreita da sua verdade e do seu bem-estar, cada qual se torna responsável pela própria vida e deve administrar da melhor maneira o seu capital estético, psíquico, afetivo, erótico etc. Aqui a socialização e a dessocialização se identificam; no auge do deserto social, se ergue o indivíduo soberano, informado, livre, o prudente administrador da própria vida: quando ao volante, cada qual coloca seu cinto de segurança. Fase pós-moderna da socialização, o processo de personalização é um novo tipo de controle social desembaraçado dos pesados processos da massificação-reificação-repressão (LIPOVESTKY, 2005, pp.7-8).

Dentre as condições que explicam o fenômeno da modernidade estão o capitalismo e o surgimento dos Estados-nação – unidades soberanas delimitadas geográfica, cultural e juridicamente – que adquiriram mais poder administrativo e capacidade de mobilizar recursos que os Estados tradicionais. Portanto, estas duas forças atuaram como molas mestras das transformações históricas na época moderna. Lipovetsky (2005) percebe a coexistência de lógicas adversas em que há predominância de uma ordem autoritária e disciplinar até meados de 1960 quando ocorre uma gradual clivagem marcada por um postura refratária frente a estruturas uniformes e sistemas personalizados que caracterizam a sociedade “pós-moderna”.

É na década de 1960 que crescem os estudos de bias que contestam a objetividade e apontam viés ideológico na atuação da imprensa (HALL, 1992/2006; SCHUDSON, HERMAN, CHOMSKY, 2002; TRAQUINA, 2012). Nesse período, desponta o estilo chamado *new journalism*, uma vertente que abre espaço para a fabulação literária em textos jornalísticos e também as autobiografias, os livros de memória e os *blogs* com relatos pessoais nem sempre fidedignos (SCHUDSON, 2010a; KAKUTANI, 2018). Neste sentido, Kakutani (ibidem, p.84) pontua como leitores deixam de considerar a fronteira entre o que é real e o que é fabricado – onde biografias ganham status de “crônicas das vidas de outras pessoas”.

Um dos expoentes da pós-modernidade, Derrida cunhou o conceito de “desconstrução” aplicado à análise textual que contaminou o campo da história, das ciências sociais e da literatura (KAKUTANI, 2018). Nada pode ser afirmado com convicção em um terreno movediço no qual “os fundamentos da epistemologia se revelaram sem credibilidade” (GIDDENS, 1991, p.56). Sobre esse descrédito, Sarlo destaca como, no pós-modernismo, a autoridade dos especialistas está “ferida para sempre”, pois se multiplicam as fontes de legitimidade e se reduz o raio do reconhecimento do valor, que não é mais atribuído por especialistas ou mesmo especialistas em discursos, mas “teoricamente” por “todos” (SARLO, 1997, p.191). Da mesma forma que Sarlo, Lipovetsky (2005, p.92) nos lembra do ataque ao “imperialismo do verdadeiro” que resulta no esvaziamento total de qualquer autoridade e de referencial de realidade.

Ao realizar um percurso que engloba Foucault e Derrida, Kakutani (2018) argumenta que o pós-modernismo tem forte influência sob a queda da confiança nas instituições. Compreende que o relativismo ganhou força na década de 1960 e desencadeou um processo crítico em relação a narrativas oficiais que desembocou em projetos inovadores no cinema, entre eles, as obras dos irmãos Cohen, de Quentin Tarantino e Paul Thomas Anderson. Entretanto, a visão pós-moderna, assinala a autora, reforça dubiedades em relação à neutralidade e à precisão da ciência com implicações “tanto intencionais quanto não intencionais” (ibidem, p.55). Longe de culpar apenas os pós-modernistas pelo niilismo que se aprofunda, Kakutani (ibidem, p.53) percebe como os setores políticos organizados da direita se apropriaram desta narrativa:

Embora os construcionistas adorem empregar uma prosa cheia de jargões e uma sintaxe perversamente acrobática, alguns dos termos que usam – como “indeterminação dos textos”, formas alternativas de conhecimento e “instabilidade linguística” da linguagem – parecem versões pretensiosas de frases recentemente utilizadas por assessores de Trump para explicar suas mentiras, mudanças de opinião e promessas de má-fé (KAKUTANI, 2018, p.69).

Trump e Bolsonaro desprezam o conhecimento especializado e sistematicamente desqualificam a mídia, como se observa na imagem de parte da página do presidente brasileiro no Facebook a seguir (Figura 01). Para Kakutani (2018, pp.33-34), é um reflexo do declínio da importância do discurso racional e do bom senso – tendência apontada previamente por autores como Susan Jacoby (2008). Entre as causas, um vício no infoentretenimento, a força do fundamentalismo religioso, a associação do intelectualismo ao liberalismo em desacordo com valores tradicionais americanos e um sistema educacional que não fornece habilidades básicas e, conseqüentemente, “lógicas para reger estas habilidades” (JACOBY apud NICHOLS, 2017, p.307).



Figura 01: Desqualificação da mídia.

Nichols (2017) localiza o processo de erosão da confiança na mídia, nos Estados Unidos, em um fenômeno observado desde os anos 1970, a partir da influência de *talk shows* em rádios AM¹⁰⁷, como o do apresentador Rush Limbaugh – com penetração em seiscentas estações em todo o país. O autor de *Death of*

¹⁰⁷ Nos Estados Unidos, somente depois de 1978 as rádios FM alcançaram mais ouvintes que as rádios AM (NICHOLS, 2017, p.145).

Expertise nota como Limbaugh torna-se fonte de verdade frente ao resto da mídia americana. O jornalista e acadêmico sustenta que a repercussão do *talk radio* “forneceu a fundação para os ataques ao conhecimento estabelecido que mais tarde floresceram nas mídias sociais” (NICHOLS, 2017, p.145)¹⁰⁸. O debate inclusivo era apenas o pretexto para que o apresentador criasse um agenciamento e um senso de comunidade entre pessoas inclinadas a concordar entre si. Este modal foi pioneiro na construção de redes sociais e conexão entre pessoas que rejeitavam a grande mídia e posteriormente seria ultrapassado pela internet em seu poder de conectividade (ibidem).

A ascensão do rádio desafiou o papel dos especialistas, reforçando a crença popular de que os meios de comunicação estabelecidos foram desonestos ou pouco confiáveis. Locutores de rádio não só atacavam crenças políticas consolidadas. Atacavam tudo, mergulhando seus ouvintes em um universo alternativo onde fatos de qualquer tipo não eram credíveis a menos que verificados pelo apresentador. Em 2011, Limbaugh denominava governo, universidades, ciência e mídia os ‘quatro pilares da enganação’ (NICHOLS, 2017, p.147).

Um exemplo da influência de figuras midiáticas nas redes sociais é o caso da jornalista curitibana Joice Hasselmann, que tem 361 mil seguidores no Twitter. Durante a campanha eleitoral de 2018, Hasselmann lançou, no *YouTube*, seu próprio canal de notícias, o *JHN – Joice Hasselmann News*. A atuação nas redes começou quando era candidata à deputada estadual pelo PSL – Partido Social Liberal. Sem provas, a jornalista publicou vídeo, em 24 de setembro de 2018, denunciando que “uma grande revista” teria recebido R\$ 600 milhões para “destruir Jair Messias Bolsonaro”¹⁰⁹.

Revivificado na era da pós-verdade, George Orwell (1943), ao analisar a guerra civil espanhola em texto originalmente publicado em 1943, reflete sobre o surgimento de lideranças messiânicas quando a verdade se apresenta fragmentada. O autor observa como o nazismo nega a existência da verdade com o objetivo nefasto de controlar não apenas o futuro, mas também o passado. O precedente perigoso, nos alerta Orwell, é que se o líder diz que um fato nunca aconteceu, *de fato* nunca aconteceu.

¹⁰⁸ No original: *Talk radio had an immense political consequence, and it provided the foundation for attacks on established knowledge that flowered later on social media.*

¹⁰⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=rg00MYQjFrs>. Acesso em 15 dez. 2019.

Hoje, isso também ocorre. Estudos buscam compreender, por exemplo, a descrença nas vacinas contra a Covid – e na própria existência da pandemia – diante de tantos estudos científicos que comprovam sua eficácia. A polarização e as bolhas na internet, há tempos, dividem a audiência em nichos pautados por crenças ideológicas. Mas o fenômeno da desinformação revela o grande desafio enfrentado por autoridades, especialistas e experts no século XXI, assunto do subcapítulo 2.2, a seguir. Para Bauman (2006), uma das ciladas impostas ao homem moderno é que seus problemas só podem ser enfrentados individualmente. Ao contrário da realidade criada por George Orwell no livro *1984*, o “sujeito moderno” carece de lideranças para seguir e dividir responsabilidades por seus atos – “no dos indivíduos há apenas outros indivíduos cujo exemplo seguir (...) assumindo toda a responsabilidade pelas consequências de ter investido a confiança nesse e não em qualquer outro exemplo” (BAUMAN, 2006, p.42).

2.2. Desinformação, distorção e deformação

O crescimento de uma postura cética frente aos especialistas sugere que muitos cidadãos, hoje, rejeitam a mediação, seja ela de cientistas, de historiadores ou de jornalistas (NICHOLS, 2017). O alastramento do uso das redes sociais, que acentuam a fragmentação na distribuição de informação, favorece um fenômeno que ganhou dimensão nos últimos anos: a circulação de *notícias falsas*. O compartilhamento de conteúdo premeditadamente distorcido e a ação de algoritmos automatizados impulsionam sobremaneira a instalação de um cenário de desinformação que impacta a confiança na mídia e se mostrou capaz de afetar a ordem democrática.

Por outro lado, não podemos perder de vista que a publicação de boatos e mentiras não é algo novo. Nos primórdios da imprensa, no século XVII, publicações mensais chamadas *mercúrios* misturavam fábulas e histórias verdadeiras e conquistavam o crédito entre os leitores (DIAS, 2004; SOUSA, 2008; PEDROSA, 2004). Na primeira tese elaborada sobre jornalismo daquela época, Tobias Peucer cita Sêneca na tentativa de explicar a razão dessa credibilidade: “alguns são crédulos, outros descuidados. Outros são enganados de boa-fé pela mentira. Outros se deixam seduzir por ela. Uns não a evitam, outros a procuram”

(DIAS, 2004, p.17). Kunczik (1998, p.117), por sua vez, nos lembra que, para a imprensa bolchevique, o jornal tinha a função de educar as massas a partir de um jornalismo propagandista. E Schudson (2010a) salienta como, no pós-guerra, cresce a percepção de que a mídia serve às estratégias da comunicação oficial.

Procuramos, então, perscrutar aqui, de forma reflexiva, a atuação da própria mídia no que tange às distorções e à falta de isenção a partir de perspectivas que evocam as teorias do jornalismo (HERMAN & CHOMSKY, 2002; HALL et al., 1978/1999; MIGUEL, 2020; LEVITSKY & ZIBLATT, 2018; TRAQUINA, 2012). Com base em estudos que tratam da questão da pós-verdade, abordamos o reflexo da desinformação na credibilidade da mídia – bem como em termos políticos e sociais – e a complexidade de propostas institucionais que intentam combater as *fake news*.

O termo *fake news*, *per se*, introduz um paradoxo. O conteúdo de qualquer notícia pressupõe um relato verdadeiro. A nomenclatura em inglês, entretanto, é largamente empregada, inclusive no Brasil, onde se criou até mesmo a CPMI das *Fakes News* – Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (com participação de parlamentares do Senado Federal e da Câmara dos Deputados). Essa CPMI identificou a publicação de dois milhões de anúncios por parte da Secretária de Comunicação da Presidência no governo de Jair Bolsonaro em sites que publicam notícias falsas, entre eles o já citado *Jornal da Cidade Online*. Aprovado pelo Senado no dia 30 de junho de 2021 e, em seguida, encaminhado à Câmara dos Deputados, o projeto de lei 2630/2020 (VIEIRA, 2020) – batizado de *Lei das Fake News* – pôs em debate a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet que determina a exclusão de contas falsas criadas ou utilizadas “com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público”¹¹⁰. A diligência – que motivou a elaboração do *projeto de lei das fake news* – descobriu doze perfis nas redes sociais responsáveis por disseminar conteúdo falso sobre ministros do STF – Supremo Tribunal Federal.

A CPMI, suspensa em de março de 2020 por causa da pandemia, segue seu curso na intenção de apurar o envolvimento do presidente Bolsonaro e financiadores de sua campanha nos possíveis disparos em massa de falsidades

¹¹⁰ Disponível na página do Senado Federal: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/06/30/aprovado-projeto-de-combate-a-noticias-falsas>. Acesso em 04 out. 2021.

sobre o então candidato do PT, Fernando Haddad, no *WhatsApp* durante a campanha eleitoral em 2018¹¹¹.

A pedido das universidades UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais) e USP (Universidade de São Paulo), a agência de *fact-checking* Lupa levantou que apenas quatro das 50 imagens mais compartilhadas por 347 grupos do *WhatsApp* durante o primeiro turno das eleições, em 2018, eram verdadeiras¹¹². No dia 08/07/2020, o Facebook bloqueou 88 contas responsáveis por disseminar *fake news*, impulsionadas por funcionários da presidência brasileira e de gabinetes de Flávio e Eduardo Bolsonaro, filhos do presidente Jair Bolsonaro¹¹³. O *Digital News Report 2021* da Universidade de Oxford destaca que, em março do mesmo ano, o Twitter removeu dois vídeos em que ele aparecia entre apoiadores criticando as medidas de *lockdown* – o *stay-at-home*¹¹⁴. Em setembro de 2021, o presidente do Senado Federal, Rodrigo Pacheco, devolveu a Medida Provisória que alterava o Marco Civil da Internet e dificultaria ações contra publicações mentirosas nas redes sociais.

Um relatório organizado pela organização Repórter Sem Fronteiras e o Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS), divulgado em julho de 2021, revelou a postagem de meio milhão de tweets que trazem *hashtags* com ataques sistemáticos a profissionais e veículos jornalísticos. O levantamento foi feito entre março e junho de 2021 e aponta 20% do *tweets* originados por contas com comportamento automatizado nos 13 dias em que houve pico de engajamento. A Figura 02, a seguir, contém diversos termos depreciativos empregados em tweets de ataque à mídia¹¹⁵ retirados do relatório.

¹¹¹ A denúncia foi feita pela jornalista da Folha de S. Paulo, Patrícia Melo Franco. Bolsonaro foi absolvido pelo TSE antes da conclusão dos trabalhos da CPMI, que, neste momento, ainda se encontra em tramitação.

¹¹² O material examinado, que foi enviado entre os dias 16 de agosto e 7 de outubro de 2018, foi determinado pelos pesquisadores da USP e da UFMG. O projeto recebeu a revisão dos professores Pablo Ortelado (USP) e Fabrício Benevenuto (UFMG). Nesses grupos públicos e no período citado, 18.088 usuários postaram 846.905 mensagens. Dentre elas, 107.256 eram imagens; 71.931 eram vídeos; 13.890, áudios; 562.866, mensagens de texto e 90.962, links externos. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/wp-content/uploads/2018/10/Relat%C3%B3rio-WhatsApp-1-turno-Lupa-2F-USP-2F-UFMG.pdf>. Acesso em 05 out. 2021.

¹¹³ Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/facebook-derruba-rede-de-paginas-coordenada-por-funcionarios-da-presidencia-e-dos-gabinetes-de-flavio-e-eduardo-bolsonaro.html>. Acesso em 10 jul. 2020.

¹¹⁴ Disponível em <https://projetocolabora.com.br/ods16/ataques-a-jornalistas-e-redes-de-desinformacao-ameacam-democracia-nas-filipinas/>. Acesso em 06 out. 2021.

¹¹⁵ Disponível em https://rsf.org/sites/default/files/relatorio_ataquesaojornalismo_rsf_3.pdf. Acesso em 25 set. 2021.

Ondas de populismo e fundamentalismo espalhadas pelo mundo suscitam a aderência à sabedoria das multidões no lugar da informação especializada (KAKUTANI, 2018, p.12). Se a era moderna contribuiu para a erosão da confiança nas instituições, D’Ancona (2018) sugere que a ascensão da indústria da desinformação está associada à difusão sistemática de mentiras orquestradas por organizações que visam a suprimir ou mascarar informações precisas. Dentro dessa perspectiva, Waisbord (2018) pontua que o populismo combinado com a “pós-verdade” nega ao público “a possibilidade de buscar a verdade como um objetivo coletivo”¹¹⁷. Dessa forma, como conclui Consentino (2020, p.26), o regime de verdade é substituído pela *vox Populi*, que se alastra com status de “verdade que emerge espontaneamente de pessoas que querem desafiar o poder hegemônico”. Neste contexto, o autor assinala que a ação de *trolls* (pessoas que aplicam trotes) é ressignificada como um “novo gênero de discurso político” que dá mais combustível à viralização de discursos racistas e de ódio e ao aprofundamento das *bolhas* na internet (grupos de pessoas unidas por interesses semelhantes que chegam a evitar ou excluir quem pensa diferente).

A abundância de informação contraditória e imprecisa – muitas vezes alimentada por robôs – corrói a confiança na informação jornalística e corrobora a concepção de que em nada se pode confiar. Consentino (2020) cita como exemplo a disputa de narrativa em torno da notícia sobre a morte de James Le Merusier – fundador da ONG *Mayday Rescue*, que apoia os *White Helmet* – organização que presta assistência médica e resgate a civis atingidos pela Guerra civil na Síria. Jornais como *New York Times*, *The Guardian* e *The Huffington Post* sustentam a versão oficial – confirmada pela família e pela polícia – de que Merusier cometeu suicídio. Já as redes sociais espalharam teorias conspiratórias sobre envolvimento da agência de inteligência russa GRU (Direção Central do Estado-Maior das Forças Armadas da Rússia) no assassinato de Merusier. Consentino (2020, p.138) admite que a pesquisa sobre pós-verdade o levou a mergulhar na polêmica e, embora acredite no suicídio, uma “tendência instintiva” o faz seguir checando informações sobre o assunto.

Harsin (2018) dimensiona a desinformação em três categorias: rumores, *fake news* e mentiras. Rumores podem ser comprovados como verdade, e *fake news*

¹¹⁷ Tradução da autora para: *the possibility of truth-seeking as a collective goal*.

são notícias falsas que podem envolver pessoas ou contextos verídicos, mas incluir fatos que não ocorreram, ou seja, as mentiras. Além disso, como sustenta o autor, o termo em inglês ainda serve para descrever qualquer notícia desfavorável publicada pela mídia. No *Reuters Digital Report 2017*¹¹⁸, *fake news* foram descritas de três formas: a) notícias inventadas com intenção de se obter lucro ou desacreditar outrem; b) notícias que são baseadas em fatos, mas são construídas para atender a uma agenda específica; c) notícias com as quais as pessoas não concordam ou a elas causam desconforto.

Outras descrições foram elaboradas com o intuito de parametrizar a desinformação. Wardle (2017) cunhou sete categorias com a intenção de capturar o fenômeno: *satire* ou *parody* (sátira ou paródia), *misleading content* (conteúdo enganoso sobre assunto ou indivíduo), *imposter content* (conteúdo impostor que envolve fontes falsificadas), *fabricated content* (conteúdo fabricado com intenção de atingir a reputação), *false connection* (conexão falsa, quando manchetes ou links não confirmam o conteúdo), *false context* (falsa contextualização que distorce conteúdo genuíno) e *manipulative content* (conteúdo manipulado quando imagem ou texto é alterado com intenção de enganar).

A internet e as redes sociais, em si, não possuem natureza vil. Pierre Lévy, que para alguns assumiu uma postura que indicava tecnofilia, em 1993, já observava que as técnicas não são determinantes. Entretanto, são “interpretadas e conduzidas para novos devires pela subjetividade em atos dos grupos ou indivíduos que tomam posse dela” (LÉVY, 1993, p.186). É fato consumado e reconhecido pelo próprio Facebook que a plataforma foi usada para distribuição, para 125 milhões de pessoas, de propaganda e *fake news* disseminadas por *trolls* russos – ação que interferiu no resultado das eleições americanas. O *Cambridge Analytica* revelou como o Facebook forneceu dados utilizados em campanhas em países da América Latina e África, nos Estados Unidos e no Reino Unido com impacto, respectivamente, nas eleições americanas e na aprovação do Brexit¹¹⁹.

¹¹⁸Disponível em

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Acesso em 20 jul. 2018.

¹¹⁹A relatora da *CPMI das Fake News*, deputada federal Lídice da Mata, afirmou em 2020:

“Nossas investigações sempre apontaram para uma rede de desinformação que pode, sim, ter influenciado o pleito eleitoral de 2018 e que continua atuante com fortes suspeitas de amplo apoio da família Bolsonaro”. Disponível em

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/07/09/interna_politica,870620/golpe-contra-rede-de-mentiras.shtml. Acesso em 5 out. 2021.

A lógica da programação computacional envolve software, estrutura de dados e algoritmos e qualquer tarefa se reduz a um algoritmo que consiste numa sequência de operações simples executadas com o objetivo de alcançar uma tarefa dada (MANOVICH, 2001). A partir de um modelo de negócio estabelecido pelo proprietário que operacionaliza cada algoritmo, na comunicação digital, esse algoritmo trabalha para selecionar o que considera mais relevante para cada usuário e barrar o acesso a informações que julga inoportunas (CORREA & BERTOCCHI, 2012).

Em seu livro *This is Not Propaganda: Adventures in the War against reality* (Isto não é propaganda: Aventuras na guerra contra a realidade), Peter Pomerantsev, *senior fellow* do *Institute of Global Affairs* do *London School of Economics* e expert em desinformação, traz depoimentos de pessoas como a jornalista Lyudmilla Savchuk, que se infiltrou na IRA (*International Research Agency*) russa a fim de denunciar como funciona o esquema de *trollagem* na “fábrica” ou *farm* como cita Pomerantsev. A história contada por Lyudmilla¹²⁰ foi alvo de ataques e tentativas de desqualificação nas redes sociais.

Este tipo de propaganda automatizada viabilizada pelo Facebook é apenas a ponta do *iceberg*, de acordo com relatório *Digital Deceit: The Technologies Behind Precision Propaganda on the Internet*, sobre o impacto da distribuição de propaganda nas redes sociais, organizado pela *New America Foundation and Shorestein Center on Media* da Universidade de Harvard. Um dos autores é Dipayan Ghosh, cientista da computação, ex-funcionário do Facebook. O relatório atesta que *trolls* e outros agentes se favorecem da dinâmica das plataformas sociais que seguem a lógica de agências de publicidade: impulsionar e influenciar. *Trolls, Google e Facebook*, portanto, compartilham os mesmos objetivos, resume o estudo, e, neste alinhamento, as plataformas querem maximizar o espaço dos anúncios e colher informações sobre os usuários enquanto o “operador da desinformação” quer persuadir politicamente o usuário e influenciar suas decisões. Os pesquisadores concluem que não haverá mudança enquanto houver esta sinergia.

O alargamento do campo profissional propiciado pela internet (assunto do próximo subcapítulo) facilitou a polifonia na internet. O *Reuters Institute Digital News Report 2019* aponta como a acentuada polarização e a agenda partidária nas

¹²⁰ O site de Lyudmila Savchuk conta a história da investigação feita pela jornalista. Disponível em <https://www.diis.dk/en/my-life-as-a-troll-lyudmila-savchuk-s-story>. Acesso em 07 out. 2021.

redes sociais contribuem para minar a confiança na mídia. Há um inegável abalo na credibilidade da mídia apontado em estudos recentes¹²¹, como o que auferiu a confiança na mídia, nos Estados Unidos, junto a *millenials*, população urbana e dos subúrbios, de áreas rurais, *geração X* e *baby boomers*. O resultado mostra o crescimento vertiginoso da desconfiança em todas as categorias apuradas. O relatório da *Reuters* de 2021 apontou um crescimento de 6% na confiança motivado pela pandemia. Entretanto, o índice total de 44% se iguala ao resultado apurado em 2018 para pessoas que afirmam confiar nas notícias a maior parte do tempo. No documento referente a este ano, apenas 50% dos leitores pesquisados disseram confiar nas notícias veiculadas em plataformas digitais.

O consumo de notícias de forma customizada – que abarca fatos, boatos e relatos falsos – impacta a centralidade da mídia como fonte de informação. Merrit e McCombs (2004) percebem o impacto da internet sobre a perspectiva histórica do jornalismo como um catalisador da deliberação democrática.

Qualquer pessoa com acesso a um *modem* de computador (...) não é mais apenas um destinatário de informações, mas também é um provedor de informações em potencial (...), aumentando exponencialmente a origem das informações. Quando qualquer pessoa na Terra pode teoricamente alcançar qualquer outra pessoa na Terra com qualquer mensagem - seja ela benigna, precisa ou totalmente imprecisa, difamatória ou inócua, profana ou espiritual - o problema de fornecer relevância para o processo deliberativo democrático torna-se profundo (MERRIT & McCOMBS, 2004, p.6).

A facilidade de produzir conteúdo e a disseminação de informação nas redes sociais incorre no surgimento de um ambiente virtual midiático que se mostrou vulnerável à veiculação de mentiras e terreno fértil para incitar a circulação de teorias da conspiração. Por outro lado, há enfraquecimento da autoridade e do poder de mediação da mídia, uma vez que não cabe mais somente ao jornalista determinar ou filtrar o que é notícia relevante. Neste sentido, a internet compromete profundamente o conceito de *gatekeeper* desempenhado pelo jornalismo, ou seja, o papel de controle e seleção daquilo que sai das redações e chega ao público, isto é, fatos que possuem *newsworthiness* ou valor-notícia (BARSOTTI & AGUIAR, 2018; WARDLE & DERAKHSHAN, 2017; SINGER, 2005; WHITE, 1999; JANOWITZ, 1975).

¹²¹ A pesquisa realizada pela Reuters/Ipsos de 7/12/2018 a 20/12/2018 ouviu 4.210 adultos, sendo 1.657 democratas e 1.505 republicanos. Disponível em https://www.cjr.org/special_report/how-does-journalism-happen-poll.php. Acesso em 25 mar. 2019.

Ao compilar as teorias do jornalismo, Traquina (2012) destaca que a teoria do *gatekeeper* é a mais antiga, elaborada por David Manning White em 1950. Introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, o termo descreve aquele que toma uma decisão a partir de consecutivas decisões. O processo de seleção do noticiário impõe que a notícia passe por diversos portões (*gates*). A partir de uma pesquisa realizada a partir do trabalho de um jornalista de meia-idade – que ganhou o apelido de Mr. Gates – em um jornal médio americano, White inferiu que o processo de *gatekeeping* é “subjetivo e arbitrário” (TRAQUINA, 2012, pp.151-152). Janowitz (1975, p.618) sublinha que a orientação estabelecida pela teoria do *gatekeeping* envolve limitações; entretanto, vincula a prática à adoção de métodos científicos que podem aprimorar a atuação profissional.

Porém, como pontua Singer (2005, p.178), o volume de informação publicada de forma contínua no ambiente digital reduz a autoridade e o caráter “guardião” da mídia. Além disso, a mudança nos hábitos de leitura estimulada pela viabilidade de acessar matérias através de *links* compartilhados nas redes sociais leva ao esvaziamento da primeira página dos sites de notícia e compromete o papel de *gatekeeping*. É a conclusão que chega Barsotti (2018) ao constatar que reportagens conquistam mais audiência a partir das postagens nas redes do que nas próprias *homes* que as abrigam – onde são publicadas notícias consideradas relevantes por critérios de noticiabilidade consolidados. A autora reforça a percepção de Singer ao expressar que “a seleção algorítmica das notícias vem expondo cada vez mais o abismo que separa o universo das redes da cultura profissional”.

Barsotti e Aguiar (2018) comentam que os leitores encontram outros caminhos para consumir as notícias que são alheios ao “cardápio” escolhido e oferecido pelos editores. A influência da cultura do clique (que se relaciona às visualizações obtidas por uma matéria) faz parte da rotina de edição e interfere na posição de destaque definida (BARSOTTI, 2014). Vale refletir sobre a composição de algumas *homes* onde boa parte das notícias selecionadas como relevantes é soterrada por outras que apresentam melhor tráfego em termos de *views*. Como explicam Barsotti e Aguiar (2018, p126.), se os cliques imprimem status de valor-notícia à produção jornalística, os algoritmos, por sua vez, atuam como “editores” ao decidir que notícias ganharão visibilidade a partir de critérios, como comportamentos prévios, preferências individuais e interesses comerciais, que

configuram “comunidades demarcadas e isoladas em si mesmas”. Dessa forma, os dois autores ponderam:

à medida que a migração da navegação dos usuários move-se cada vez mais para as ferramentas de busca e, mais acentuadamente nos últimos anos, para as redes sociais, uma hipótese é que o papel dos jornalistas esteja perdendo relevância e sendo substituído pelos algoritmos das grandes empresas de tecnologia, das quais o jornalismo depende cada vez mais para ser distribuído e chegar aos leitores. Diferentemente dos critérios jornalísticos, como a relevância social e a atualidade, os algoritmos cruzam as preferências individuais dos usuários e reduzem o espaço para a diversidade de pontos de vista e a alteridade. A escolha do que será mostrado ao leitor nos seus resultados de busca ou no seu *feed* de notícias do Facebook (e também de outras redes sociais) depende de fatores como popularidade, leituras prévias e o comportamento de amigos na rede (BARSOTTI & AGUIAR, 2018, p 126).

Enquanto redações sucumbem à interferência dos algoritmos (BARSOTTI, 2018; BARSOTTI & AGUIAR, 2018), nas redes sociais, há uma disputa pela posição de *gatekeeper* legítimo, pois os novos agentes denunciam viés ideológico da imprensa e alinhamento do campo jornalístico à direita ou à esquerda e, dessa forma, arguem, para si, o lugar de “desveladores de uma verdade oculta”, como observa Miguel (2019, p.50). Diante dessa multiplicidade de *gatekeepers*, Miguel aponta que a emergência de uma multiplicidade de critérios para formação da agenda sugere a equalização na disputa pela construção da pauta de notícias. Entretanto, adverte que a abundância pode incorrer numa “especialização do foco” do interesse e da atenção que leva à indiferença em relação à agenda pública de forma mais abrangente – “se serve apenas para nos tornar menos conscientes dela, por nosso isolamento em nossas próprias bolhas, isso é ruim”.

Atentas à conjuntura desfavorável, as organizações midiáticas buscaram saídas para a “crise”. O consórcio *Comprova*¹²², criado para checar e desconstruir notícias falsas, é um exemplo. Outro é a *Global Alliance for Responsible Media*¹²³,

¹²² O consórcio *Comprova* é uma coalizão de 24 veículos de comunicação que faz *debunking* de *fake news* como o boato falso sobre o fornecimento, por parte do Partido dos Trabalhadores (PT), de mamadeiras com bico de borracha em formato de pênis que viralizou na campanha eleitoral de 2018. A agência de *fact-checking* *Aos Fatos* veiculou a checagem do consórcio *Comprova* no dia 28 set. 2018, antes das eleições. Disponível em <https://aosfatos.org/noticias/mamadeiras-eroticas-nao-foram-distribuidas-em-creches-pelo-pt/>. Acesso em 16 de jun. 2019.

¹²³ Disponível em https://www.campaignlive.com/article/global-alliance-responsible-media-launches-fight-digital-safety/1587837?utm_source=Pew+Research+Center&utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=7b0e5a900c-

uma criação recente que reúne imprensa, anunciantes, *Google* e *Facebook*. Apesar do ceticismo de parte da indústria, o objetivo é combater o discurso de ódio e a desinformação; uma chamada por mais responsabilidade coletiva nas práticas da mídia e redes sociais com cobrança de ações efetivas e *accountability*. Miguel (2019, p.51) sugere que, no Brasil, o surgimento do *fact-checking* está mais relacionado a uma reação diante da visão de “elevado alinhamento partidário” por parte das grandes organizações midiáticas; “não tanto como um antídoto às *fake news*, mas como um atestado da objetividade da imprensa profissional, em resposta a uma suspeita generalizada de que ela estava a serviço da agitação política da direita” (ibidem, p.52).

Porém, é inegável que atuação de agências de *fact-checking*, que surgiram na esteira do crescimento exponencial das *fake news*, é um reflexo desse cenário em que a multiplicidade de emissores e de narrativas levantam dubiedades e insuflam o descrédito na mídia. Miguel (2019, p.51), porém, percebe uma armadilha nesta lógica – um “pesadelo epistemológico”. Se o público acredita que o jornalismo profissional participa de uma “conspiração para ocultar a realidade”, estabelece: “não resta qualquer instância de realidade indiscutível na qual ancorar as pretensões de veracidade discursiva”, ou seja, há uma “indeterminação sem fim que define a era da “pós-verdade”.

A esmagadora variedade de fontes nas plataformas digitais favorece ainda a busca por conteúdo que confirme opiniões ou corrobore fatos. Kavanagh e Rich (2018, p.96) notam que as mídias sociais facilitam que a audiência compartilhe as mesmas crenças, o que prejudica a exposição e aceitação de informações fidedignas. Esta realidade alimenta a polarização e as bolhas na internet e, em última análise, intensifica a disseminação de desinformação. As mídias partidárias – nas quais predominam a indefinição entre opinião e fatos e a ideia de “agente da verdade” – estimulam a crescente desconfiança na mídia. O *Jornal da Cidade Online* – denunciado por veicular conteúdo falso – é um exemplo de esgarçamento entre material factual e opinativo com excesso de adjetivos e viés ideológico. Sites como *4Chan* e *Reddit* originaram conteúdo racista e *fake news* que foram distribuídas nas redes sociais (KAKUTANI, 2018, p.106). Ao entabular uma

dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-7b0e5a900c-396243217. Acesso em 20 jun. 2019.

reflexão sobre objetividade (ver subcapítulo 2.5, *Objetividade como método*), Barsotti alerta para os riscos dessa polarização:

A ascensão de governos de viés autoritário tem levado a um aumento dos ataques à imprensa e a um crescimento da mídia partidária. Não bastasse isso, tais governos agravam o mercado para as informações falsas, ao confrontarem o jornalismo. No Brasil, se observa um fenômeno preocupante: 43% dizem preferir consumir notícias que “combinem com seus pontos de vista”. É o país que registra a maior proporção de leitores com tal desejo (Digital News Report, 2020). Apenas 6% estão dispostos a ler notícias que “desafiem seus pontos de vista” (BARSOTTI, 2021).

Cabe ressaltar o quanto a credibilidade da mídia foi impactada por críticas sobre comprometimentos e viés ideológico. Desde a influência no processo político em países como Rússia, Venezuela e Peru às críticas à cobertura do processo de impeachment da ex-presidente Dilma Roussef, rotulada por alguns como tendenciosa, especialmente por coletivos como a *Mídia Ninja* (MIGUEL, 2019; RODRIGUES, 2018). No Peru, no final dos anos 90, toda a rede de televisão e vários jornais tabloides constavam na folha de pagamento do governo e o principal acionista do Canal 5 recebeu 50 mil dólares em troca da demissão de dois repórteres investigativos (LEVITSKY & ZIBLATT, 2018, p.85). Ao avaliar a atuação da mídia brasileira ao longo do governo petista de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Roussef, Miguel conclui:

alguns veículos optaram por se despir de toda esta deontologia, apostando na coincidência de perspectivas sociais e preconceitos com o público como forma de manter sua confiança e levando ao extremo o processo de “objetivação de padrões morais” (ETTEMA & GLASSER, 1998, p.71; ênfase retirada), isto é, de transformação de julgamentos em fatos – a revista *Veja* é o exemplo mais reluzente. Outros, porém, permaneceram se equilibrando na corda bamba, entre antipetismo e “imparcialidade jornalística”. Os processos paralelos de preparação do golpe de 2016 e de perseguição judicial contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva agravaram esta tensão (MIGUEL, 2019, p.51).

Abramson (2018) em *Merchants of Truth*, observa como a controversa cobertura da guerra do Iraque, por exemplo, abalou a reputação sobre a autoridade da imprensa americana. Questionamentos ideológicos sobre as imbricações políticas da atividade jornalística cresceram a partir dos anos 1960 e resultaram em uma série de investigações acadêmicas (HALL, 1978/1999; SCHUDSON, 2010a;

TRAQUINA, 2012, p.162). Nos Estados Unidos, o presidente Americano, Jon Biden, teria travado conversas com a direção da *Fox News*, em junho de 2021, por considerar que a cobertura da emissora sobre Covid estaria alimentando a rejeição à vacina¹²⁴. Esta cultura crítica abalou conceitos cristalizados, como a objetividade da mídia. A crença na capacidade de o sistema midiático exercer interferência na seleção e circulação de informações e de interpretações que ajudam a consolidar a construção de consensos sociais é a base das teorias da ação política (TRAQUINA, 2012). O modelo da propaganda proposto por Herman e Chomsky (2012) observa a restrição da autonomia dos *media* em virtude de seu alinhamento aos interesses institucionais e econômicos, a partir de sua natureza capitalista que privilegia lucro e publicidade.

Este pensamento encontra eco em autores como Stuart Hall (1978/1999), Gítlin (2005) e Moraes (2013) e Ramonet (2013). Para Moraes (2013, p.105), a imprensa e os jornalistas atuam como “agentes históricos direcionando a opinião pública. Parte das críticas da Mídia Ninja estão ancoradas nesta visão. Hall (1978/1999) por sua vez, observa como a mídia define acontecimentos significativos e, dessa forma, define a maneira como o público interpreta os fatos, com orientações sobre indivíduos e grupos envolvidos nos relatos jornalísticos. Grande parte da cobertura veiculada pela Mídia Ninja entre 2013 e 2016 procurou desqualificar a cobertura da grande mídia, especialmente a da Rede Globo (RODRIGUES, 2018). Um exemplo de postagem em que o coletivo Mídia Ninja tenta *desmascarar* a “parcialidade” do jornal O Globo contrasta coberturas de atos a favor e contra o impeachment da então presidente Dilma, em 2016 (ibidem), como a imagem do post apresentada na Figura 03.

¹²⁴ Disponível em

https://www.cjr.org/the_media_today/facebook_fox_antivax_biden.php?utm_source=CJR+Daily+News&utm_campaign=5ffe0d14c5-EMAIL_CAMPAIGN_2020_11_11_06_33_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9c93f57676-5ffe0d14c5-174369793&mc_cid=5ffe0d14c5&mc_eid=f20bf65d75. Acesso em 10 set. 2021.



Figura 03: Mídia Ninja desqualifica mídia tradicional.

Em 2021, o *Pandora Papers*¹²⁵ foi anunciado como a maior investigação colaborativa com parceria de 600 jornalistas ao redor do mundo que obtiveram acesso ao vazamento de 11,9 milhões de registros de transações *offshore* e expôs negócios secretos e ativos ocultos de 336 políticos e altos funcionários de 91 países. No Brasil, sites como *Brasil 247*, *Diário do Centro do Mundo* e *Poder 360* acusaram de silenciamento os principais veículos como O Globo, Folha de S. Paulo, TV Globo e CNN. O *Pandora Papers* foi resultado de um trabalho de investigação liderado pelo ICIJ (*International Consortium of Investigative Journalism*) com a participação da *Agência Pública*, *Revista Piauí* e os sites *Metrópoles* e *Poder 360*¹²⁶ e inclui, na lista divulgada, nomes de empresários ligados a organizações midiáticas¹²⁷.

¹²⁵ O site internacional do *Pandora Papers* está disponível em <https://www.icij.org/investigations/pandora-papers/>. Acesso em 07 out. 2021. No link <https://apublica.org/especial/pandora-papers/>, é possível acessar as reportagens acerca do vazamento publicadas na Agência Pública, que participou da cobertura colaborativa. Acesso em 08 out. 2021. Na reportagem da DCM e do site *Brasil 247* criticam as organizações midiáticas e atribuem o silêncio ao fato de a mídia ser “citada 56 vezes” em irregularidades levantadas pela *Pandora Papers*. Disponíveis, respectivamente, em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/globo-redes-pandora-papers/> e <https://www.brasil247.com/blog/a-midia-conservadora-aparece-56-vezes-em-escandalos-de-paraisos-fiscais-desde-1999-por-isso-esconde-o-caso-pandora-papers?amp>. Acesso em 08 out. 2021.

¹²⁶ Os seguintes jornalistas trabalharam na cobertura: No *Poder 360* – Fernando Rodrigues, Mario Cesar Carvalho, Guilherme Waltenberg, Tiago Mali, Nicolas Iory, Marcelo Damato e Brunno Kono; da revista *Piauí* – José Roberto Toledo, Ana Clara Costa, Fernanda da Escóssia e Allan de Abreu; da *Agência Pública* – Anna Beatriz Anjos, Alice Maciel, Yolanda Pires, Raphaela Ribeiro, Ethel Rudnitzki e Natália Viana; e do site *Metrópoles* – Guilherme Amado e Lucas Marchesini. Informação disponível em <https://www.poder360.com.br/pandora-papers/pandora-papers-tvs-minimizam-investigacao-de-offshores-de-brasileiros/>. Acesso em 08 out. 2021.

¹²⁷ A presença de nomes vinculados a organizações midiáticas seria a razão do pouco espaço concedido ao assunto na grande mídia segundo o site *Poder 360*, escolhido *Mídia Digital do Ano* pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial em 2018. Disponível em

O silenciamento – tema de inúmeras pesquisas – gera desinformação uma vez que a informação ausente não chegará ao receptor. Outra razão que contribui para a desinformação, é o simples erro. No jornalismo em tempo real, as falhas ficam mais evidentes. Na seção *Live* do jornal *The Guardian*, por exemplo, uma nota em destaque, publicada em 13/03/2020, anunciou que Bolsonaro havia testado positivo para o Covid (Figura 04) e, horas depois, na mesma seção, outra nota desmentia o próprio veículo.



Figura 04: *The Guardian* e o erro em tempo real.

Reportagem da Folha de S. Paulo com forte repercussão, publicada no dia 02/07/2021, informava que *Milhares no Brasil tomaram vacina vencida contra a Covid*. A versão foi corrigida para *Registros indicam que milhares no Brasil tomaram vacina vencida: veja se você é um deles* (Figura 05, a seguir). A errata, publicada no dia 06/07/2021, sublinha que a diferença entre as versões é que, na primeira, estava embutida a suposição que os dados do SUS constituem o retrato fiel da realidade¹²⁸. Depois de as prefeituras emitirem comunicados desmentindo a Folha de S. Paulo, jornalistas e cientistas verificaram o banco de dados do SUS e perceberam a inconsistência na apuração. Segundo o Observatório de Dados Covid 19-BR, a forma como a estrutura de dados é organizada no Brasil inviabiliza verificar se vacinas vencidas foram aplicadas.

<https://www.poder360.com.br/pandora-papers/da-familia-marinho-aos-donos-da-jp-empresarios-de-midia-estao-ligados-a-offshores/>. Acesso em 08 out. 2021.

¹²⁸ Errata disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/07/folha-errou-ao-nao-afirmar-que-dados-sobre-vacinas-vencidas-poderiam-decorrer-de-falhas-do-sistema-texto-foi-alterado.shtml>. Acesso em 08 out. 2021.

CORONAVÍRUS - TEXTOS LIBERADOS

Registros indicam que milhares no Brasil tomaram vacina vencida contra Covid; veja se você é um deles

Dados do Ministério da Saúde mostram que cerca de 26 mil doses da AstraZeneca fora da validade foram aplicadas em 1.532 municípios

2.jul.2021 às 12h25
Atualizado: 6.jul.2021 às 21h49

ERRAMOS

◀ Ouvir o texto A- A+

notícias da folha no seu email

Digite seu e-mail

relacionadas

Figura 05: A Folha de S. Paulo e o erro na apuração.

Uma rápida busca na internet mostra como o jornal virou notícia na internet e como o episódio serviu como combustível para postagens negativas. O canal *RCWTV*, de Juiz de Fora, por exemplo, publicou reportagem com a seguinte manchete: *Folha de S. Paulo admite que publicou fake news na notícia das vacinas vencidas* e arte que coloca tarja *fake news* sobre a logo do jornal¹²⁹. Nas redes sociais, postagens também associaram o rótulo ao jornal. Mais do que a própria notícia ou a errata, são versões como a do canal digital que se espalharam nas redes sociais. Por outro lado, assumir o erro em errata mostra rigor e a importância do ato da correção.

Importante destacar que os dados mais recentes do *Digital News Report* do *Reuters Institute*, da Universidade de Oxford, apurados em 2021, revelam que 83% dos brasileiros buscam informações no ambiente online, incluindo as redes sociais. Desmembrando os dados sobre essas redes, o documento mostra que o WhatsApp é fonte de notícias para 43% dos que usam a internet no Brasil, enquanto o Facebook atende a 47% – índice superior ao da TV de maior audiência (TV Globo), que é acessada semanalmente por 46% da população.

A utilização das redes sociais como fonte de informação é um processo irreversível. O impacto negativo das redes sociais suscitam reflexões sobre como minimizar um problema contemporâneo. Como sabemos, a propaganda não é uma novidade e nem a disseminação de conteúdo falso. Entretanto, como assinala Lisa

¹²⁹ Disponível em <https://www.rcwv.com.br/noticia/folha-de-s-paulo-admite-que-postou-fake-news-na-noticia-das-vacinas-vencidas>. Acesso em 08 out. 2021.

Maria Neudert¹³⁰, que faz parte do grupo que pesquisa propaganda computacional no *Oxford Internet Institute*, a distribuição em massa com custo extremamente baixo faculta essa prática em escala invulgar. Em 2016, Dan Gillmor apelou aos jornalistas, em seu blog: “façam algo”. Caso contrário, diz: “viveremos em um ecossistema de uma empresa que tem demonstrado não ser confiável e que se tornaria a principal banca de jornal para o jornalismo à mercê da opacidade de seus algoritmos”¹³¹.

Em 2019, Mark Zuckerberg reconheceu que o Facebook foi colonizado por contas falsas que espalham desinformação e criou uma sala de guerra. A empresa firmou parceria para verificação de conteúdos falsos¹³². Um exemplo foi o que aconteceu com o vídeo *Plandemic* – que questiona a eficácia de máscaras e vacinas no combate à Covid – retirado da Plataforma, como ocorreu com uma postagem vinculada ao presidente Bolsonaro. Entretanto, denúncia de Frances Haugen, que trabalhou como gerente na companhia, trouxe à tona outra realidade: mesmo sabendo do efeito nocivo da política de algoritmos, nada foi feito. Em depoimento no Senado americano¹³³, o funcionário afirmou: “os produtos do Facebook aprofundam divisões e prejudicam a democracia”.

A despeito da conjuntura nada favorável, Nichols (2017) lança uma pergunta: os leitores e espectadores estão certos em desconfiar tanto das notícias se considerarmos que muitos jornalistas demonstram expertise ao atuar? Neste sentido, Danielle Belton, editora-chefe do *Huffington Post* responde com um discurso que remete à questão do *ethos* profissional e se coaduna com os valores transnacionais da comunidade dos jornalistas (TRAQUINA, 2013; ZELIZER, 1993). “Estamos focados em trazer a verdade, e ampliar essa verdade sem dar peso igual a fatos e ficções simplesmente porque alguém está gritando bem alto uma

¹³⁰ Disponível em https://www.cjr.org/analysis/algorithm-russia-facebook.php?utm_source=CJR+Daily+News&utm_campaign=c814e9165cEMAIL_CAMPAIGN_2020_11_11_06_33_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9c93f57676-c814e9165c-174369793&mc_cid=c814e9165c&mc_eid=f20bf65d75. Acesso em 07 out. 2021.

¹³¹ Disponível em https://www.cjr.org/special_report/facebook-media-buzzfeed.php. Acesso em 07 out. 2021.

¹³² Disponível em <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking/how-it-works>. Acesso em 09 out. 2021.

¹³³ Disponível em https://www.franceshaugen.com/blog/b9xslswhkike7639nn4ie23odz9eqy?utm_source=CJR+Daily+News&utm_campaign=63b5261285EMAIL_CAMPAIGN_2020_11_11_06_33_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9c93f57676-63b5261285-174369793&mc_cid=63b5261285&mc_eid=f20bf65d75. Acesso em 05 out. 2021.

mentira; seja na cobertura da insurreição no dia 06 de janeiro (nos Estados Unidos) ou desconstruindo as falsas narrativas sobre a Covid e as vacinas que a combatem. É por isso que precisamos da escrita de pessoas como Adam Serwer, no *The Atlantic*, ou Karen Attiah, no *The Washington Post*. Somos dedicados e estamos comprometidos. Avançamos na verdade”¹³⁴.

Diante de todos os questionamentos listados neste subcapítulo sobre o fenômeno da desinformação e a fragilização das narrativas verdadeiras, na sequência, vamos abordar a entrada de novos atores no campo profissional propiciada pelo advento da internet. A fragmentação na distribuição de informação nas plataformas digitais foi outro fator que atingiu a centralidade e o monopólio da mídia como instituição habilitada a fornecer à sociedade o conhecimento sobre os fatos.

2.3. Fragmentação e novas centralidades

Para onde está migrando o monopólio da informação? O futuro do jornalismo é incerto? A facilidade de produzir e distribuir conteúdo na internet propiciou a fragmentação do campo profissional. Assistimos, nos últimos 20 anos, a entrada de novos atores que introduziram nomenclaturas diversas: blogueiro, jornalista cidadão, midiativista etc. (AGUIAR; SCHAUM, MEIKLE, 2003; BRUNS, 2005, GILLMOR, 2006, JENKINS, 2008, PERUZZO, 2009; DEUZE 2014; RODRIGUES, 2018; MORAES, 2003; CAMMAERTS, 2013). O amálgama entre a abundância de conteúdo disponível nas redes sociais – espaço onde convivem organizações de mídia, amadores e impostores –, somado ao ambiente de desinformação nas plataformas digitais, suscita reflexões que extrapolam a questão da credibilidade:

Ainda existe lugar para o jornalismo profissional em um mundo onde tanta informação está online e boa parte dessa informação está nas redes sociais onde é difícil para pessoas discernirem de onde vem a informação? De um amigo? De um amigo de um

¹³⁴ Tradução da autora para: *we focus on truth-telling — elevating and amplifying that truth over giving equal weight to both facts and fictions simply because someone is screaming the lie loud enough. Whether it was our tireless reporting on the Jan. 6 insurrection and its aftermath. Or pushing back against false narratives around Covid-19 and the vaccines fighting it. It’s why we need the blunt and direct writing of individuals like Adam Serwer at The Atlantic or Karen Attiah at The Washington Post. We are dedicated. We are invested. And we are moving forward in truth.* Disponível em <https://niemanreports.org/articles/how-journalism-moves-forward-in-an-age-of-disinformation-and-distrust/>. Acesso em 08 out. 2021.

amigo? Ou resultado de um esforço ultrajante de gerar desinformação que também circula online? A relativa hegemonia das organizações de notícia profissionais desaparece? (SCHUDSON, 2018, p.15)¹³⁵.

A perda da centralidade a partir do esgarçamento das fronteiras do campo profissional mobiliza estudiosos do jornalismo que tangenciam questões como autoridade e legitimidade (SINGER, 2005; LEWIS, 2015a; RECUERO, 2009; PEREIRA et al., 2008; CARLSON, 2015; SCHUDSON, 2018; ANDERSON et al., 2013). Essa fragilidade e maleabilidade na demarcação de território tem origem e caráter multifacetado. A internet induziu e estimulou uma mudança na postura da audiência facultada a participar ou mesmo protagonizar o ato de produção de conteúdo (GOULART DE ANDRADE; GILLMOR, 2006). A interatividade agiu como mola mestre na emergência e propagabilidade de “contraestruturas independentes da grande mídia”, atesta Cammaerts (2013, p.4). Se serve à difusão de desinformação, por outro lado, a potência da internet como plataforma para estratégias comunicacionais é consenso (CASTELLS, 2012; JENKINS et al, 2013; GOMES, 2008; MAIA, 2008; DEUZE, 2015; ANDERSON, 2013).

Uma linha do tempo se constitui a partir dos fóruns de discussão (BBS ou *Bulletin Board System*), na década de 70, os emails e a blogosfera (WU, 2012, LÉVY, 1999, BRUNS, 2005). Momento chave na construção da autonomia na internet foi o surgimento, nos anos 1980, da *world wide web* (*www*) pelo físico Tim Bernes-Lee e do *software livre*, de código aberto, que permite o trabalho colaborativo. A cultura hacker desponta nesse ambiente de colaboração, de autonomia e de programação criativa (CASTELLS, 2001, p.38). Sites que se enquadram neste perfil de criação coletiva são o *Slashdot*, o *AgoraVox* e o *Overmundo* (BRAMBILLA, 2005).

Da mesma forma que os veículos online adotaram o Facebook como plataforma de distribuição de notícias, a mídia *mainstream* adotou os blogs que, como observa Anderson (2011), eram vistos como “uma atividade marginal realizada por amadores jornalísticos¹³⁶” (ibidem, p.158). Ao pesquisar o weblog

¹³⁵ Tradução da autora para: *Does professional journalism still have a place in a world where so much communication is online and so much of that communication is on social media, where is hard for people keep in mind where their information comes from? (...) A friend? A friend of a friend? De um amigo? De uma amigo de um amigo? (...) Or any number of outrageous efforts at disinformation and misinformation that also circulate online? Does the relative hegemony of professional news organization disappear?*

¹³⁶ Tradução da autora para: *fringe activity carried out by journalistic amateurs.*

do jornal *The Guardian* – atividade disponível, atualmente, nas páginas *blogspot* e *blogging* no site aberto do periódico – Matheson (2004, p.453) observou como os jornalistas estabeleciam “uma relação interpessoal diferente, com autoridade distinta e jornalismo focado na conexão e não nos fatos”¹³⁷. Entretanto, ao pesquisar ecossistemas fragmentados em redações *online* americanas, Anderson (2011, p.158) nota como um blogueiro do jornal *Daily News* compreende que a plataforma serve à veiculação de notícias e ao caráter institucional do jornalismo embora inserida “na prática periférica e carregada de opinião dos blogs”¹³⁸.

Lançados, respectivamente, em 2004 e 2005, *Facebook* e *YouTube* consolidaram a vertente do protagonismo cidadão ao configurar novas plataformas de distribuição. O *YouTube* mostrou sua capacidade viral na veiculação de notícias quando ocorreu a tsunami que atingiu Fukushima, no Japão, em 2011. Durante a primeira semana do acidente, os 20 vídeos com imagens da tragédia foram acessados 96 milhões de vezes¹³⁹. Stuart Allan e Chris Peters (2015) assinalam que o *locus* testemunhal, ao qual o jornalismo cidadão recorre, é peça-chave para trazer à tona a verdade dos fatos e viralizar acontecimentos.

Foi o que fez o coletivo *Indymedia* (*Independent Media Center - IMC*) em momento emblemático no campo do jornalismo cidadão em 1999 (BRAMBILLA, 2013; BRUNS, 2005, GILLMOR, 2006; MEIKLE, 2003; MAIA, 2008; ROMANO, 2010). Com o slogan *Don't hate the media, be the media* (*Não odeie a mídia, seja a mídia*), o grupo adotou a prática do jornalismo *open source* – com construção coletiva – e ganhou notoriedade ao mostrar a violência policial contra ativistas na contramão das notícias veiculadas pela grande imprensa durante o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC). Castells assinala como processos históricos moldam o contexto e os modos de usar determinada tecnologia (CASTELLS, 2001, p.13).

O coletivo *Mídia Ninja* – um exemplar do midiativismo – nasce na trincheira das ações ciberativistas inauguradas pelos militantes antiglobalização a partir de 1999, que se intensificaram com o novo ciclo aberto pelos movimentos *Occupy* em 2011. Despontou, com força viral, durante as *jornadas de junho*, em

¹³⁷ Tradução da autora para: *establishment of a different interpersonal relation, of a different authority and of a journalism focused upon connection rather than fact.*

¹³⁸ Tradução da autora para: *formerly fringe, opinion-laden practice of blogging.*

¹³⁹ Disponível em <http://www.journalism.org/2012/07/16/youtube-news/>. Acesso em 08 jun. 2016.

2013, e se notabilizou por veicular contranarrativas, a partir de smartphones com acesso 3G, do ponto de vista dos manifestantes em diversas plataformas digitais (RODRIGUES, 2018; BENTES, 2015; BITTENCOURT, 2016). Um dos aspectos preponderantes foi a função das redes sociais no processo de comunicação e mobilização, especialmente via Facebook e Twitter (CASTELLS, 2012; CARNEIRO, 2012).

Os novos atores no ciberespaço imprimem diferentes abordagens e papéis ao trabalho de reportar notícias e são capazes de esgarçar os códigos deontológicos (AGUIAR & SCHAUM, 2010)¹⁴⁰. Ao realizar pesquisa que combinou observação participante, entrevistas e análise de conteúdo, durante 2013 e 2016, Rodrigues (2018) observa como os midiativistas buscavam uma ruptura com o “falso mito” da parcialidade em suas postagens no site ou no Facebook. A redação torna-se virtual com a desterritorialização de boa parte das rotinas que migram para o ambiente invisível dos chats do Telegram.

A internet móvel deu novas funções ao celular. A multiplicação de conexões sem fio (Wi-Fi, WiMax, Bluetooth, 3G, 4G e 5G) permitiu novas formas de transmissão de conteúdo em tempo real, que foram adotadas tanto pelas organizações jornalísticas como pelas redes de informação alternativa. O *livestream*, usado com sucesso pela Mídia Ninja, especialmente durante manifestações, permitiu a transmissão de vídeo e áudio em tempo real, o que, até então, era exclusividade de *broadcasting*, como veículos de rádios e TVs (SILVA, 2008, p.2)¹⁴¹.

O processo de pós-industrialização do jornalismo é marcado pelo uso de novas ferramentas, formas de produzir jornalismo e novas formas de organização (ANDERSON et al., 2013). Neste sentido, Deuze e Witschge (2016) sugerem que o jornalismo contemporâneo se caracteriza pela fragmentação nas redações com

¹⁴⁰ Aguiar e Schaum (2015) realizaram extensa revisão bibliográfica sobre o tema ciberativismo, a partir de 62 artigos publicados entre 2002 e 2014 – de uma base total de 5.622 trabalhos – nos anais das 15 associações de pesquisa afiliadas à Socicom (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação), na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) e nos anais da Compólítica (Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política). A investigação versa sobre as nomenclaturas Ciberativismo, Ativismo na Internet, Netativismo, Hacktivismo e Slacktivismo.

¹⁴¹ Uma das experiências pioneiras foi o *Reuters Mobile Journalism*, lançado em 2007. Os repórteres da agência Reuters tornaram-se aptos a produzir suas reportagens em formatos distintos (áudio, vídeo, imagens e textos) para distribuição através de diversas plataformas da agência de notícias. Para isso, usaram um kit composto por um celular Nokia N95, um teclado sem fio *bluetooth*, um microfone externo para a gravação que preserva a qualidade das entrevistas e um tripé que ajuda a estabilizar as imagens e vídeos gravados, além de aplicativos de edição embutidos no aparelho celular (SILVA, 2008, p.9).

significativo aumento não só do jornalismo freelance e fortalecimento de uma vertente empreendedora. Profissionais de áreas afins, como programadores e designers, convivem com jornalistas em equipes multimídias (DEUZE & WITSCHGE, 2016; CANAVILHAS et al., 2016, PARASIE, 2015). Consolida-se a produção de notícias realizadas fora do eixo das grandes organizações midiáticas. Ser jornalista demanda refletir sobre “práticas e definições divergentes, bem como interpretações ideológicas, que, por sua vez, produzem muitos ‘jornalimos’ diferentes sobre um nível social sistêmico” (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p.13).

É nesta nova ordem que se inserem nativas digitais como as agências *Pública, Gênero e Número* e *TBIJ – The Bureau of Investigative Journalism*, alvos do estudo aqui apresentado. A *Pública* rastreou alguns projetos no Mapa do Jornalismo Independente¹⁴², que relaciona organizações com finalidades bastante variadas. *Nexo* e *Outras Palavras* se propõem a contextualizar os acontecimentos. *AzMI* faz jornalismo investigativo; *Mural* e *Rio On Watch* buscam ampliar visibilidade das favelas. *Alma Preta* trata de questões que tangenciam o racismo. O *Projeto Colabora* e o *Repórter Brasil* – que faz parceria com o *TBIJ* – monitoram impactos socioambientais. No cenário internacional, destacam-se agências investigativas como a americana *ProPublica*, a francesa *Disclose*, a holandesa *Bellingcat* e a mexicana *Animal Político*.

Tornaram-se praticamente anacrônicos os versos da música *O primeiro jornal*, composta em 1980 por Abel Silva e Sueli Costa, que narra a rotina de um trabalhador que escuta o rádio enquanto se arruma – “(...) estar com você nos primeiros aprontos de um guerreiro de manhã. Para que saias com alguma alegria bem normal até você comprar e ler o primeiro jornal”. A queda vertiginosa de 40% para 12% na leitura de jornais impressos no Brasil nos últimos cinco anos soma-se à redução de 5% no interesse por notícias, de acordo com o *Reuters Digital News Report 2021* do *Reuters Institute*. E, se o relatório referente ao ano de 2020 mostrou uma valorização da imprensa como fonte de informação sobre a Covid, a pesquisa anual, em 2021, revela como a audiência ocorreu ao Google, às mídias sociais ou sites oficiais para se informar sobre a pandemia em detrimento das mídias locais – com exceção da Noruega, único país que registrou forte crescimento nas assinaturas online.

¹⁴² Disponível em https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_. Acesso em 07 maio 2018.

O ambiente online, portanto, oferece informação produzida em blogs especializados, websites, jornais e revistas em formato digital e redes sociais, como Facebook, YouTube, Twitter e WhatsApp – nunca houve tanta informação sendo produzida e distribuída dentro e fora das fronteiras clássicas do jornalismo (PATERSON & DOMINGO, 2011). Visões pessimistas apontam o empobrecimento da notícia ou “o caos da informação inútil”, como cunhou Andrew Keen (2009, p.20). A portabilidade do celular deu ao cidadão ferramentas para ser testemunha ocular. Como afirmou Oh Yeon Ho, sul-coreano fundador do site colaborativo *OhmyNews*, “repórter é aquele que tem a notícia e tenta informar”. A autenticidade dos parâmetros e/ou práticas formais jornalísticas ou formas e atitudes apropriadas para o exercício do jornalismo são questões intrínsecas na discussão sobre autoridade e fronteira profissional (CARLSON, 2015). O termo “sociedade redacional”, empregado por Hartley (2000), é aproveitado por Deuze e Witschge para explicar o estado do jornalismo contemporâneo:

A sociedade pode ser conceituada como “redacional” Hartley (2000). Uma sociedade redacional é aquela cujas práticas editoriais são requeridas para a sobrevivência de qualquer pessoa na era digital e, portanto, não pode ser considerado algo exclusivo de um grupo profissional particular como os jornalistas empregados em organizações jornalísticas (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p.9).

Inserido no contexto de um mundo globalizado, com elevado grau de conexão e interatividade, o jornalismo percebe debilidades que se assemelham a processos de disputas presentes na geopolítica ou mesmo na indústria musical. Lewis (2015a) cita o conflito entre Rússia e Ucrânia em torno da região da Crimeia. Enquanto a Crimeia aparece anexada à Rússia no *Google Maps.ru*, há diferentes visualizações em outros domínios do *Google Maps* que demarcam, ao invés da anexação, um território ocupado¹⁴³. A hegemonia anglo-saxã no cenário musical foi abalada pelo *K-pop*, cultura popular da Coreia do Sul. Um exemplo é o rapper coreano Psy que tem um hit – *Gangnam Style* – com mais de um bilhão de visualizações.

¹⁴³ Em casos de territórios disputados, como os da Crimeia ou da Faixa de Gaza, a revista *National Geographic* adota diferentes cores para revelar imbrólios geopolíticos. Disponível em <https://www.nationalgeographic.org/article/how-should-crimea-be-shown-national-geographic-maps/3rd-grade/>. Acesso em 15 out. 2020.

Definir os limites de um território, processo ou mesmo profissão significa impor “uma espécie de autoridade cartográfica” estabelecida ao se reunirem recursos que outorgam uma distinção territorial (LEWIS, 2015a, p. 219). Um exemplo que ganhou notoriedade internacional foi a história que envolveu o então presidente norte-americano Bill Clinton e sua estagiária Mônica Lewinsky. O fato de o escândalo ter surgido a partir da difusão pela internet de um não-jornalista, por exemplo, reforça a tese de que hoje em dia qualquer um pode exercer a profissão (MARCONDES FILHO, 2000, p.58).

Se a internet incorreu em um ambiente de polissemia, é importante destacar que fracionamento no campo do jornalismo não é um fenômeno recente. Habermas (2003) sentencia o esvaziamento do papel da mídia com despolitização do conteúdo em favor de um jornalismo de entretenimento. O autor observa a predominância de uma lógica empresarial e mercadológica que desponta com o surgimento da *penny press*, que enfatiza uma mudança estrutural na esfera pública no final do século XVIII. No lugar da formação de opinião por parte da imprensa, há uma proliferação de “opiniões informais” propiciadas pelo novo ambiente midiático (ibidem).

O jornalismo de opinião que publicizava e dava transparência à informação nutria as discussões em Paris e Londres, cidades com mais de 2 mil cafeterias (TRAQUINA, 2012, p.43), que, como clubes e salões, eram bem frequentadas pela burguesia. Por esses espaços, havia grande circulação e fluxo irrestrito de informação e ideias relevantes (HABERMAS, 2003), que constituíram a esfera pública literária do século XVIII. Na Inglaterra, Defoe – *do Review*, Swift – *do Examiner* e Toutchin – *do Observator* são considerados pioneiros na produção de um jornalismo autônomo e crítico (HABERMAS, 2003, p.77). Mas Aguiar (2008, p.18) assinala que, ao separar fato de opinião, a vulgarmente nomeada *penny press* favoreceu a consolidação do jornalismo de informação. Schudson (2010a, p.34) acrescenta que esses jornais baratos inventaram o conceito moderno de notícia, pois introduziram pautas que abrangiam “relatos policiais, dos tribunais, das ruas e da vida privada”.

Cornu (1994, p.216) pondera que a imprensa intelectual ou publicista abordava um espectro de temas destinado a um grande público, mas não foi capaz de configurar “uma comunicação realmente recíproca com a massa desorganizada do público. Autores pós-habermasianos percebem, em Habermas,

uma visão idealizada e purista da esfera liberal que, de fato, teria sido marcada pela disputa entre a esfera e diversos grupos que coexistiam e buscavam legitimidade (ELEY, 1992; BÉAUD, 1984). Nacionalistas, camponeses, a elite feminina e a classe trabalhadora disputavam com a burguesia o espaço da esfera pública com a adoção de discursos e comportamento políticos alternativos (ELEY apud FRASER, 1990, p.61).

Neste sentido, é relevante notar a diversidade na esfera pública digital que pode ser medida nas redes sociais e, por outro lado, a diversificação nas práticas vinculadas, historicamente, ao jornalismo (NEVEU, 2010; KUNCZIK, 2002; SCHUDSON, 2010a). As dezesseis entrevistas conduzidas para a realização da pesquisa em tela corroboram a ideia de que os jornalistas fazem parte de uma tribo transnacional que compartilha um *ethos* e idealismo (TRAQUINA, 2013; ZELIZER, 1993; HERMIDA & YOUNG, 2019). Mas, para Neveu (2010, p. 31), não é possível enquadrar essa “tribo” em um único perfil que se expressa em uma língua batizada por Philips (1976) de “jornalês” (TRAQUINA, 2012, p. 43). Aguiar ressalta que a notícia é um resultado de negociações que tangenciam a forma de selecionar e a editar os acontecimentos:

nesse caráter negocial do processo informativo, é possível observar que, para a comunidade interpretativa dos jornalistas, as representações sobre a realidade social determinadas pela imprensa implicam práticas discursivas atravessadas por efeitos de poder e por relações de poder-saber. Portanto, seja qual for a modalidade de jornalismo, essa comunidade interpretativa compreende que o processo de produção de informação se configura como um espaço público de lutas micropolíticas, no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam a produção de sentido sobre o real (AGUIAR, 2009, pp.179-180).

No imaginário da profissão, está a busca pelo furo de reportagem, o papel de cão de guarda, a dedicação integral à profissão, a veia de detetive – que qualifica o repórter investigativo –, a falta de rotina e a aventura de enfrentar novas missões – ou seja, novas pautas a cada dia (TRAQUINA, 2013; ADGHIRNI, 2005; KUNCZIK, 2002; NEVEU, 2010). Missão foi uma palavra recorrente nas entrevistas. Ao realizar pesquisa etnográfica junto a jornalistas, Travancas (2011, p.81) observou uma adesão marcada pela fusão da vida pessoal com a profissional assentada em uma relação subjetiva com o trabalho. Essa natureza mítica perde terreno para um “sentimento de angústia” disseminado por discussões sobre a

viabilidade do jornalismo ou mesmo sobre o fim da profissão (ZELIZER, 2004a, p.204). A partir de Bromly e OMalley, Zelizer (2004a) pontua uma fragilidade latente que tangencia a questão da autoridade entre os jornalistas, que surgem como um “grupo de pessoas incertas de quão útil seu trabalho é ou quão aceitáveis eles são como um grupo”:

a própria tendência do jornalista de escrever de uma forma rápida e irrefletida produz relatos impressionistas da prática e propósito. A prevalência dessa forma de escrita sugere que o jornalismo existiu, em alguns sentidos, à margem da aceitabilidade social. Ao contrário de outras atividades, há algo no jornalismo que é problemático e contraditório (BROMLEY & O’MALLEY apud ZELIZER, 2004a, pp.204-205).

Lacan, por sua vez, expressa seu ceticismo frente ao jornalismo, agora amplificado nas redes sociais que hostilizam e desqualificam a profissão:

Por que será que tenho, também eu, a sensação de que esta profissão não existe, que não tem de fato corpo, estatuto, que as práticas jornalísticas constituem na melhor das hipóteses um conjunto heterogêneo com limites incertos, pronto a se deslocar sob as pressas tecnológicas e econômicas (LACAN apud MARCONDES FILHO, 2000, p.60).

O jornalismo só virou ocupação no século final do século XIX e começo do século XX, quando os jornais investiram na contratação de profissionais, especialmente correspondentes internacionais – função que somente foi criada nos jornais franceses em 1914 (SCHUDSON, 2018, p.46). A profissionalização ocorreu paralelamente ao crescimento progressivo da mídia, quando as empresas do setor passam por um processo de “burocratização” e expansão que envolve a noção de expertise e de um saber específico (TRAQUINA, 2012, pp.57-58). É quando se consolidam métodos de trabalho e se estabelecem parâmetros como a apuração centrada na evidência dos fatos e a entrevista (SCHUDSON, 2010a ; CHALABY, 2003; TRAQUINA, 2012). Este ponto será detalhado no próximo subcapítulo, *Objetividade e método*.

As notícias em tempo real, como abordamos no subcapítulo anterior, reforçam a velocidade na apuração e a rapidez na publicação como metas e impactam a precisão da informação (MORETZSOHN, 2014; NEVEU, 2010). A convergência midiática impõe acúmulo de tarefas e aceleração no ritmo de trabalho e impõem desafios: como manter fundamentos explicitados nos códigos deontológicos e, ao mesmo tempo, atender ao

rítmo imposto nas redações onde há escassez de profissionais? (FÍGARO, 2012; PEREIRA et al., 2008; DEUZE, 2007). Os erros cometidos pela Folha de S. Paulo na reportagem sobre vacinas vencidas e pelo jornal *The Guardian*, que anunciou, sem verificar, que o presidente Bolsonaro tinha testado positivo para Covid, são apenas dois exemplos entre muitas ocorrências.

A prática da verificação confere autoridade profissional, está expressa em vários códigos de ética e é um dos atributos que imprime credibilidade à produção jornalística (ver subcapítulo 1.3). Mas o abundante fluxo de informação postado nas redes sociais se firma como fonte para os profissionais e aumenta a complexidade da rotina jornalística (HERMIDA, 2015; FÍGARO, 2012). Kovach (2006) pondera que notícias 24 horas por 7 dias da semana (jornalismo 24/7) impõem um desafio ao processo de verificação – “o centro pulsante do jornalismo de interesse público confiável”¹⁴⁴.

Na busca pelo *furo* de reportagem não é raro o jornal publicar apenas o título sem qualquer informação consolidada. Hermida recorre à pesquisa de Andèn-Papadoulos e Pantti para refletir sobre estratégias das empresas para tornar público a possível falta de evidência a partir de rótulos como “não verificado”. A etiqueta revela “a resignação, identificada por Andèn-Papadoulos e Pantti, por parte das organizações ao assumir mudanças em seu padrões tradicionais de exatidão”¹⁴⁵ (ANDÈN-PAPADOULOS & PANTTI apud HERMIDA, 2015, p. 45). Essa é uma forma, sustenta Hermida, de enquadrar matérias que estão fora das fronteiras deontológicas do jornalismo.

Fígaro (2012, p.199) pontua que a pressão pela publicação da notícia em tempo real se reflete em mudanças nos critérios de noticiabilidade porque o tempo é mais valorizado que o fato. Para Silva (2008, p.6), a preocupação com a instantaneidade da cobertura não pode prescindir da qualidade da informação. Aguiar (2009, p.171) pondera que o *webjornalismo*, em seu grau de instantaneidade, se aproxima do rádio. Mas a superação do limite de espaço e tempo não é garantia de melhor produto jornalístico, porque “o privilégio dado para a instantaneidade e quantidade de notícias ocorre em detrimento do aprofundamento

¹⁴⁴ Disponível em <https://niemanreports.org/articles/toward-a-new-journalism-with-verification/>. Acesso em 18 out. 2021.

¹⁴⁵ Tradução da autora para: *resignation identified by Andèn-Papadopoulos and Pantti, 59 where news organizations are resigned to the fact that they have to modify traditional standards of accuracy.*

do noticiário”. Deuze e Witsche (2016, p.11) pontuam, por sua vez, fatores que acirram tensionamento como interferências tecnológicas a partir do uso de drones, robóticas e softwares para selecionar, organizar e relatar notícias.

A faceta valorosa das pesquisas que se debruçam sobre as rotinas produtivas, para além do inventário de problemas, é apontar atravessamentos, semelhanças e diferenças nas práticas (WAHL-YORGENSEN, 2015, p.138). Lewis (2015a, p.220) questiona que elementos nas rotinas jornalísticas merecem consideração particular. Deuze (2016, p.12) percebe um “contramovimento” na direção de um jornalismo mais interessado na qualidade e profundidade que na velocidade do *breaking news* e guiado pelos valores intrínsecos da profissão. Lewis (2015a), por sua vez, ao introduzir a reflexão sobre as fronteiras no campo jornalístico, aventa a possível reformulação de velhos princípios como verificação e transparência, com o suporte de novas técnicas digitais apoiadas em aprimoramento tecnológico. Dentro dessa perspectiva, Paterson e Domingo (2011) sustentam que muitas organizações gestadas no ambiente digital recorrem a valores tradicionais como a investigação e a conexão com o público para o crescimento do jornalismo guiado por dados na segunda onda do jornalismo online.

Muitos autores têm celebrado a expansão de vozes na esfera pública mediada e, em uma sociedade pluralista, é fácil atribuir um valor positivo a essa expressão. Mesmo assim, as notícias falsas passaram a representar o lado negativo da mídia digital. Dependendo do nível de culpa, ele simboliza o risco de liberar a criação de conteúdo, o epítome de um ambiente de mídia polarizado, a credulidade do público e as externalidades negativas da economia digital movida a cliques. Essa combinação torna-se um obstáculo para as organizações de notícias tradicionais que lutam para reafirmar o controle sobre o ambiente da mídia em meio ao declínio da opinião pública, a migração de verbas publicitárias para a mídia digital e uma crise mais geral de legitimação (CARLSON, 2020, p.386)¹⁴⁶.

A constatação da perda da centralidade foi um dos fatores que instigaram a realização da pesquisa aqui retratada. Como pontua Anderson (2011), as redações

¹⁴⁶ Tradução da autora para: *Many authors have the celebrated expansion of voices in the mediated public sphere, and in a pluralist society it is easy to place a positive value on this expression. Yet fake news has come to represent the negative side of digital media. Depending on the level of blame, it symbolizes the danger of opening up content creation, the epitome of a polarized media environment, the gullibility of audiences, and the negative externalities of click-driven digital economics. This combination makes it the ultimate one for traditional news organizations struggling to reassert control over the media environment amid declining public opinion, the migration of advertising dollars toward digital media, and a more general crisis of legitimation.*

tradicionais não podem mais ser o único modelo para o trabalho de campo diante da fragmentação e da contestação do campo jornalístico. Em consonância com o percurso aqui delineado, Carlson (2015, p.2) nos lembra que o jornalismo não é sólido e estável, mas uma designação em constante mudança e aplicada distintamente de acordo com o contexto.

Depois de refletir sobre a ruptura de fronteiras, no próximo subcapítulo vamos abordar o que demarca o jornalismo enquanto uma ocupação. Quais os pressupostos regem a atividade? Que elementos estabelecem as balizas que legitimam o ato de repórter no que tange a saberes, procedimentos e expertise? Neste sentido, é essencial focalizar a objetividade como método sem deixar de entabular uma discussão teórica sobre conceito tão castigado e refutado dentro e fora do campo jornalístico. E julgamos importante tecer um percurso histórico para abordar o processo de profissionalização que tangencia questões limítrofes como a relacionada à autoridade.

2.4. Objetividade e método

É preciso escrever objetividade com aspas? O conceito, que está na base do modelo de jornalismo que se desenvolveu a partir do século XIX com a modernização e profissionalização da imprensa, é alvo de questionamentos e contestações entre teóricos e mesmo entre parte dos profissionais da área. No entanto, objetividade persiste como ideal e paradigma que legitima a autoridade do jornalista e delimita o campo jornalístico; presume noticiar com precisão, imparcialidade e equilíbrio e separar fatos de valores (SCHUDSON, 2010a; GUERRA, 2008; AMARAL, 1996; MINDICH, 1998; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). Em tempos de desinformação, é relevante destacar que a noção de objetividade tem fulcro na crescente percepção nas redações, nos anos 1930, de que os fatos, *per se*, precisavam ser checados através de normas e procedimentos (SCHUDSON, 2010a, p.17).

Mas é neste ambiente de disseminação de *fake news* e negacionismo, em que governos autoritários buscam desqualificar a mídia – assunto abordado no subcapítulo 2.1 – que a objetividade evidencia suas peculiaridades. Um exemplo é a capa da revista semanal *Isto É* com a manchete *As práticas abomináveis do mercador da morte* na edição de 19 de outubro de 2021 (Figura 06, a seguir). Antes

das eleições americanas, em 2020, Jay Rosen, professor da *New York University*, também provocou: se Trump busca, deliberadamente, desacreditar a mídia para que seus apoiadores rejeitem informações dos jornalistas, não cabe ao jornalista se posicionar? Para completar, ainda veio a pandemia de coronavírus para impor mais desafios aos profissionais da imprensa em face da crescente desinformação distribuída nas redes sociais a fim de contrariar dados divulgados pela comunidade científica (BARSOTTI, 2021). Para contestar inverdades proferidas pelo presidente Bolsonaro e desmentir a narrativa sobre aquisição de vacinas Pfizer, por exemplo, o jornal O Globo teve que recorrer a dados abertos que mostram documentos oficiais¹⁴⁷.



Figura 06: Revista IstoÉ expõe Bolsonaro.

O assassinato por asfixia do afro-americano George Floyd por um policial branco suscitou questionamentos sobre limitações na objetividade da cobertura da imprensa. “A objetividade neutra insiste em que usemos eufemismos como ‘tiroteio envolvendo policial’ ao invés de ‘a polícia atirou em alguém’”, apontou o jornalista americano negro Wesley Lowery, do *New York Times*¹⁴⁸. A pauta fez Rosenstiel

¹⁴⁷ Disponível em <https://infograficos.oglobo.globo.com/brasil/acordo-pfizer-plano-nacional-imunizacao.html>. Acesso em 22 jun. 2021.

¹⁴⁸ Tradução da autora para: *Neutral objectivity insists we use clunky euphemisms like officer-involved shooting*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2020/06/23/opinion/objectivity-black-journalists-coronavirus.html>. Acesso em 15 ago. 2021.

acorrer ao *Twitter*¹⁴⁹ na tentativa de esclarecer que a objetividade se tornou um ideal quando este conceito migrou das ciências para o jornalismo como forma de se evitar o viés da subjetividade. “A ideia era que o jornalismo precisava empregar métodos observáveis, repetitivos e objetivos na produção de suas reportagens precisamente porque eles não poderiam ser objetivos”¹⁵⁰. Schudson (2010a, p.185) assinala que, desde o início, a crítica ao “mito da objetividade” tem acompanhado sua enunciação.

Embora a objetividade, na década de 1930, fosse um articulado valor profissional no jornalismo, esta era uma concepção que parecia se desintegrar tão logo fosse formulada. A objetividade tornou-se um ideal no jornalismo (...) precisamente quando a impossibilidade de superar a subjetividade na apresentação da notícia passou a ser amplamente aceita e (...) precisamente porque a subjetividade passou a ser considerada como inevitável. (...) A objetividade no jornalismo parece ter sido destinada a se tornar tanto um bode expiatório como uma crença, e mais uma defesa inábil do que afirmação direta (SCHUDSON, 2010a, p. 186).

A objetividade enquanto método enquadra-se entre quatro perspectivas conceituais (MEGILL, 1994, p.1):

- 1) a objetividade absoluta – vista por muitos como ideal inalcançável, assim como a verdade – almeja representar as coisas como elas realmente são dentro de uma tradição da filosofia moderna;
- 2) no sentido disciplinar, descarta a convergência e se apoia no consenso entre membros de uma comunidade com respaldo em padrões específicos;
- 3) na tradição dialética ou interacional, se assenta na ideia de que os objetos são constituídos como tais no curso de uma interação entre sujeito e objeto – portanto, abre espaço para a subjetividade;
- 4) possui também um sentido de procedimento que pressupõe a prática de métodos de investigação. Esta noção de objetividade, portanto, busca excluir a subjetividade presente nas formas disciplinar e dialética na crença que a verdade, assim, pode ser estabelecida.

¹⁴⁹ O twitter de Rosenstiel, que se declara um usuário esporádico, teve 1887 retweets. Disponível em https://twitter.com/TomRosenstiel/status/1275773988053102592?utm_source=CJR+Daily+News&utm_campaign=a221a7fa66-EMAIL_CAMPAIGN_2018_10_31_05_02_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9c93f57676-a221a7fa66-174369793&mc_cid=a221a7fa66&mc_eid=f20bf65d75. Acesso em 26 jun. 2020.

¹⁵⁰ Tradução da autora para: *The idea was that journalists needed to employ objective, observable, repeatable methods of verification in their reporting--precisely because they could never be personally objective.*

Aplicada ao jornalismo, a objetividade presume a correspondência entre o discurso jornalístico e o fato em si e, dessa forma, reforça o caráter verdadeiro da notícia (GUERRA, 2008, p.42). A realidade midiática resulta de “um processo de conhecimento que se baseia no conhecimento do jornalista sobre a realidade” (SPONHOLZ, 2009, p.19). Ater-se aos fatos é o “imperativo fundante” do jornalismo, e a objetividade é a “condição de possibilidade” para que jornalista possa cumprir essa meta. Portanto, configura-se um parâmetro essencial de qualidade – “a falta de objetividade implica uma possibilidade de crítica da conduta e da competência dos profissionais” (GUERRA, 2008, p.42).

A partir do mesmo pressuposto da correspondência com a realidade, Adelmo Genro Filho (1987/2012, p.196) argumenta que não é possível conhecer integralmente o todo – “que é uma totalidade em processo de totalização, autoprodução permanente e eterna” – portanto, o fato jornalístico é um recorte no fluxo contínuo de acontecimentos que impõe, *per se*, escolhas. Neste sentido, Genro Filho se coaduna com Arendt e Searle ao ressaltar que o material dos fatos existe para além do sujeito. Se é ingênua a noção de que a compreensão do mundo parte de fatos desassociados de qualquer ideologia ou concepção *a priori*, Genro Filho repara como a verdade se baseia em matéria objetiva que faria oposição ao subjetivismo e o relativismo. E traz um exemplo que remete à cobertura sobre a morte de George Floyd: o relato de morte de João por um tiro disparado por Pedro pode ser interpretado como um assassinato ou crime premeditado por terceiros – ou até acidente – mas é inegável que Pedro tirou a vida de João (GENRO FILHO, 1987/2012)

Mas o pressuposto platônico que determina a impossibilidade de se conhecer a verdade solapa a consistência da prerrogativa objetiva e se coaduna com perspectivas construtivistas. Neste sentido, a teoria do *newsmaking* nos lembra que a notícia é uma construção social estabelecida a partir de um enquadramento social (WOLF, 1999) – constatação corroborada por Lage (ano). Com respaldo no pensamento de Wolf, Aguiar (2013) destaca que a produção da notícia é o resultado da cultura profissional – assentada em representações e funções sociais – e dos modos de fazer. O autor também ressalta o papel das rotinas produtivas delimitadas por

(...) convenções profissionais que determinam a definição da notícia, legitimam o processo produtivo – desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e as modalidades de confecção do noticiário – e contribuem para prevenir das críticas dos leitores. Fica, assim, estabelecido um conjunto de critérios – ou seja, do grau de relevância entre os acontecimentos – que definem a noticiabilidade de cada acontecimento: o modo pelo qual é construída sua qualidade para que seja transformado em notícia (AGUIAR, 2013, p.226).

De forma crítica, o modelo da propaganda proposto por Herman e Chomsky (2002) sugere que os enquadramentos da mídia constroem consensos sociais do ponto de vista hegemônico. A concepção é que apenas uma parte dos fatos é veiculada e isso incorre em redução da diversidade. Essa compreensão de déficit comunicacional inspira a produção jornalística de coletivos como *Indymedia* e *Mídia Ninja* (RODRIGUES, 2018; MEIKLE, 2003; MORAES, 2015; PERUZZO, 2009). O ceticismo ante a imparcialidade e neutralidade da mídia fomentou estudos críticos sobre parcialidade (HALL et al. 1978/1999; MEADOW, 1973; CIRINO, 1970; GITLIN, 1964/2003).

Neste diapasão, Genro Filho (1987/2012, p.140) recorre a Lage para validar a interferência de fatores subjetivos no ato de selecionar e reordenar um texto incluindo informações e suprimindo outras. Porém, pontua, a partir do mesmo autor, como as técnicas oriundas do “mito da objetividade” oferecem vantagens práticas como linguagem transparente, o compromisso com a realidade material, a aceleração do processo de produção e a denúncia de fórmulas arcaicas de manipulação do texto que proporcionaram ao jornalista “uma atitude de indagação” e “um extraordinário poder de convencimento dos próprios fatos” (ibidem, p.141).

Genro Filho (1987/2012, p.142) observa que toda essa demanda por técnica se subsume dentro de uma lógica mercantilista que abrange a expansão nos modos de produção que impulsionam o crescimento do mercado das notícias. Contudo, Schudson e Anderson (2009, p.90) apontam que a discussão em torno de objetividade, profissionalismo e verdade tangencia processos sociais e históricos em que os jornalistas buscaram delimitar seu *ethos* profissional.

O paradigma da objetividade como um valor instrumental foi introduzido por Lippman (1922) nos anos 1930. O jornalista sustentava que a adoção de um método científico era o meio mais eficaz para a prática de um jornalismo profissional baseado nos fatos. As estratégias e ingerências de um novo ofício – o

de relações públicas – implicavam numa produção imprecisa e manipulada. A disseminação desta cultura da propaganda – que envolveu campanhas políticas relacionadas à Primeira Guerra Mundial – redundou na impossibilidade do repórter, em sua rotina diária, moldar os fatos (LIPPMAN, 1922, p.218), um dos fatores que minou a confiança na mídia.

As correntes culturais que emergiram nesse contexto representavam uma resposta ao ceticismo frente à sociedade democrática e suas instituições. O objetividade surge como um antídoto ante “a decepção do olhar moderno” (SCHUDSON, 2010a, p.187). Se os anos da Reforma foram de confiança, o século XX forja sentimento oposto com questionamentos que vêm da filosofia, da psicanálise e da história – que privilegia julgamentos aos fatos (ibidem, pp.148-149). Pelas lentes de Schudson, percebemos as sementes de descrédito geral que as redes sociais só fazem crescer exponencialmente. Neste sentido, Guerra repara o processo de desconstrução que irá questionar o jornalismo enquanto prática advindo da guinada moderna subjetiva e das pesquisas sobre viés. Se não existe a objetividade do ponto de vista gnosiológico – que diz respeito ao conhecimento e que sustenta o paradigma da mediação da realidade por parte dos jornalistas –, questiona-se não só a natureza da profissão como os recursos técnicos que são ferramentas na produção da notícia (GUERRA, 2008, p.117).

Os conceitos de Lippman¹⁵¹ sobre a propaganda nos fornecem a argumentação que sustenta a lógica da objetividade como um ideal do jornalismo que desponta na Era Progressista: hábitos do realismo objetivo do cientista – o desapego, o altruísmo e a maturidade – e a capacidade de não se pautar pelos próprios gostos e desejos na compreensão do mundo. Mas, se os jornalistas, antes, acreditavam, ingenuamente, nos relatos realísticos, nos anos 1930 já existe, mesmo entre aqueles comprometidos com a objetividade, a consciência dos perigos da subjetividade, como já foi pontuado anteriormente (SCHUDSON, 2010a). A objetividade que Lippman encara como um antídoto se respalda numa família de conceitos que diz respeito a procedimentos e sistemas:

(...) sistemas de representações que atendem às normas metodológicas que são independentes dos caprichos de uma

¹⁵¹ Críticos acusam Lippman de defender uma mídia elitista que se desconecta dos cidadãos comuns. A defesa da objetividade no sentido de obter mais precisão, entretanto, elevou os padrões jornalísticos (MERRIT & McCOMBS, 2004, p.22).

mente particular. Procedimentos racionais em lógica ou matemática ou procedimentos experimentais empíricos em ciências naturais são frequentemente tomados como exemplos principais. De forma mais ampla, quaisquer procedimentos racionais ou razoáveis podem ser objetivos nesse sentido (BURGE, 2010, p.50)¹⁵².

Portanto, a valorização do elemento científico no jornalismo, abraçado por Lippman, se desenrola em um contexto social que exaltava a ciência, a observação objetiva e a crença no empirismo e no valor dos fatos. É no positivismo que repousa o espírito do jornalismo que adere aos “fatos brutos” (SODRÉ, 2009; SCHUDSON, 2010). Se não parte de um referencial teórico ou de hipóteses, o jornalismo é produzido na observação da realidade – um aspecto da metodologia científica (MEDITSCH, 1997). Importante notar a forma como a ciência avança no sentido de uma valorização do senso comum que se reproduz espontaneamente no cotidiano: “o senso comum é conservador e pode legitimar prepotências, mas interpretado pelo conhecimento científico pode estar na origem de uma nova racionalidade”, compreende Santos (2008, p.90).

Essa atmosfera marcou o que Hallin descreve como o começo da “cientização do jornalismo” que contaminou os jornalistas – repórteres se consideravam cientistas (ETTEMA & GLASSER, 1998, p.65). Observar era muito importante. Mais que isso. Muitos profissionais eram treinados em disciplinas científicas ou admiravam a ciência. O historiador Robert Brenner ressalta que havia uma demanda pública pelos fatos: “fatos, fatos acumulados até o ponto da certeza nua e crua, era o que realmente desejava o povo norte-americano” (SCHUDSON, 2010a, p.89). Em 1866, por exemplo, o cólera passou a ser visto como um problema médico em vez de moral. A Era Progressista foi pautada pela

noção de ciência como mero corpo de conhecimento idealizado pelo povo e disponível para compreensão pública, era especialmente conveniente para uma sociedade democrática de mercado. A ideia de ciência como um processo de coleta de dados aberto a todos representava uma epistemologia democrática e ajudou a fazer da atividade de coleta e classificação da botânica e na geologia, os modelos de ciência

¹⁵² Tradução da autora para: *A procedure or system of representations represents objectively insofar as it meets methodological norms that are independent of the whims of a particular mind. Narrower conceptions of procedural objectivity are more to the point in most philosophical discussions. Rational procedures in logic or mathematics or empirical experimental procedures in natural science are often taken as prime examples. More broadly, any rational or reasonable procedures can be objective in this sense.*

natural na América Jacsoniana (SCHUDSON, 2010a, p.93).

Nos Estados Unidos, as últimas décadas do século XIX foram a “era do repórter” (SCHUDSON, 2010a, p.80). O profissional que corre atrás da notícia – foi uma invenção social dos anos 1880 e 1890 contratados pelos *penny papers*. A guerra civil americana fomentou o crescimento do mercado – os jornais de Nova York gastaram de 60 mil a 100 mil dólares anuais em reportagens sobre o *front*; o *Herald* tinha mais de 40 correspondentes; o *Sunday Herald* passou a enfrentar a concorrência do *Times* e *Tribune*, em 1830. Os primeiros artigos assinados surgiram em 1863. Os “correspondentes” nos jornais do século XVIII e começo do século XIX eram viajantes ou amigos do editor que enviavam correspondências para periódicos de suas cidades natais.

Mas o status e o prestígio só vieram perto da virada do século (SCHUDSON, 2010a, pp.81-85). O velho jornalista boêmio deu lugar ao repórter jovem, ambicioso e ingênuo. Organizadas em editorias, as redações absorveram mulheres. Multiplicou-se o número de clubes destinados apenas a reunir a nova categoria. A busca pela notícia unia a classe que se atribuía importância e compartilhava ideias comuns sobre como realizar o trabalho de reportagem (SCHUDSON, 2010a, pp.85-88). Frank Norris, Jack London e Theodore Dreiser foram repórteres e se valeram de sua experiência como escritores realistas. Dreiser não se surpreendeu quando foi trabalhar no *New York World*, em Nova York, e encontrou, na redação, cartazes espalhados que pediam “Precisão, Precisão, Precisão”.

Nas rotinas de produção do jornalismo de informação que se configura, o repórter adota a técnica da pirâmide invertida (o mais significativo no topo da matéria), que inclui o *lead* – uma espécie de resumo logo na primeira parte da notícia com repostas aos cinco *Ws* da reportagem (*what, who, when, where and why* – o que, quem, quando, onde e porque) (SCHUDSON, 2010a, p.97). O surgimento das agências de notícias *Reuters* e *Associated Press* também reforça o caráter de profissionalização que tem na objetividade seu esteio. Mas no cenário de reconfigurações conceituais que se instala no século XX, a objetividade estava fadada à contestação. Uma das críticas, como já foi observado, veio dos estudos sobre imparcialidade. Outra ataca a própria ideia da narrativa imposta pela fórmula da pirâmide invertida, que, para esses críticos, torna o texto limitado e impessoal (SCHUDSON, 2010a; TRAQUINA, 2012).

Dois movimentos ajudam a fragilizar ainda mais o conceito de objetividade. A partir dos anos 1960, o jornalismo investigativo – encorajado pela tradição *muckraking* de denúncias escandalosas – inaugurou o que Schudson (2018) chama de *objetividade 2.0*, que traz coberturas com perfil inédito, com críticas mais agressivas ao poder e tom analítico que denunciavam uma mudança de comportamento de parte do reportariado – um exemplo emblemático foi a investigação do *Washington Post* no caso *Watergate*. Outro fenômeno que caminhou na contramão dos preceitos da objetividade foi o novo jornalismo que priorizava a narrativa elaborada, mas não nutria compromisso com o rigor e se assentava em uma cultura de oposição. Mais um atravessamento que mostra o quanto o jornalismo, em sua história, está atrelado aos processos sociais.

Em sua comparação entre a objetividade no jornalismo e a objetividade na ciência, Galison (2015) nota que os argumentos jornalísticos se relacionam mais diretamente com a política do momento do que disputas científicas, que se envolvem mais diretamente com a produção do conhecimento. Um forma de parafrasear seria que o jornalismo, em oposição à ciência social, é fortemente dependente do público como alvo de análise e fonte de legitimação. (...) devemos considerar, em qualquer história que se preze, a relação do jornalismo com sua audiência e com a sociedade e a maneira como essa relação muda ao longo do tempo ¹⁵³ (ANDERSON, 2018a, p.196).

Sem perder de vista as controvérsias que cercam a noção de objetividade, a ênfase nesta tese é a da ideia do método objetivo dentro de parâmetros abordados por autores como LIPPMAN, 1920; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; GUERRA, 2006, 2008; TUCHMAN, 1972/1999; TRÄSEL, 2017; MEYER, 1973/2002). A partir de uma revisão literária, destacamos percursos que sublinham possibilidades de adoção da objetividade enquanto rigor.

¹⁵³ Tradução da autora para: *Journalistic arguments over objectivity engage more directly with the politics of 'the moment' than scientific disputes which engage more directly 'with production of knowledge'. A different way to phrase this would be that journalism, as opposed to science and social science, is heavily dependent on the public as both a subject of analysis and source of professional legitimation. (...) We must consider, in any history worthy the name, both relationship of journalism to its audience and its public and the way in which that relationship changes over time.*

2.4.1. A objetividade como método

A objetividade “ela disse, ele disse” é uma expressão que denota uma classificação depreciativa. No *Twitter*, Rosenstiel rebate: “a noção de objetividade não é tão simplista”. Essa objetividade declaratória nos remete a um dos quatro procedimentos que constituem o “ritual estratégico” utilizados pelos jornalistas para arguir objetividade, como foi observado por Gaye Tuchman (1972/1999, p.120): o “uso das aspas”. O ritual envolve comportamentos intrinsecamente ligados à postura do jornalista em sua rotina. Como observa Soloski (1999, p.139), no jornalismo, a objetividade não exprime uma observação imparcial, como se espera dos cientistas sociais, mas prevê que os jornalistas ajam objetivamente ao relatar as notícias.

O “uso judicioso das aspas” esvazia o texto de opinião, “a apresentação de possibilidades conflituais” é a apuração de mais de uma versão dos fatos – que consiste em equilíbrio ou *fairness*, e “a apresentação de provas auxiliares” traz evidências para a reportagem e “a estruturação da reportagem numa sequência apropriada, ou seja, a pirâmide invertida” (TUCHMAN, 1972/1999, pp.116-123). Por outro lado, *rituais* denotam discrepâncias e limitações e podem embasar uma percepção seletiva, uma forma velada de opinar ou a ideia de que “os fatos falam por si” (ibidem, p.129). Por isso, as conclusões da socióloga americana questionam o alcance dos tais “rituais estratégicos”. Neste sentido, Kovach e Rosenstiel, assim como Soloski, reparam como parte desse ritual requer postura ética do profissional (ver subcapítulo 1.2, *Informação de qualidade como bem público*):

Os jornalistas que selecionam as fontes para expressar o que na verdade é seu próprio ponto de vista, e depois usam a voz neutral para que tudo pareça bem objetivo, estão trapaceando. Isso prejudica a credibilidade da profissão ao fazê-la parecer sem princípios, desonesta e preconceituosa. Este é um alerta muito importante, numa era em que os padrões jornalísticos são postos em dúvida (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.117).

Kovach e Rosenstiel (2003) e Tuchman (1972/1999) convergem em um ponto: a relevância da verificação que dá respaldo aos “rituais estratégicos”. Fato é que, a despeito da fragmentação em seu campo, o jornalismo, como prática profissional, envolve sistemas de perícia complexos atrelados a códigos de conduta (MEDISTICH, 1997; CORNU, 1994; CHRISTOFOLETTI, 2016). Erickson, Baranek e Chan apontam o “saber de procedimento” na construção da notícia

(TRAQUINA, 2013, p.40). São os métodos, faculdades e processos confiáveis que fazem o relato jornalístico adquirirem status de “crença verdadeira e objetivamente justificada” (BENETT & LISBOA, 2015, p.16).

Fatos precisam ser verificados a partir de procedimentos. A introdução da entrevista como técnica de coleta de informações só aconteceu no final do século XIX e sinalizou o surgimento do moderno jornalismo como uma invenção anglo-saxão, como define CHALABY (2003). O padrão de jornalismo informativo norte-americano e inglês tornou-se predominante nas sociedades democráticas (AGUIAR, 2008, p.18). Nesse período, as “reportagens de pesquisa social” utilizadas no segmento das ciências sociais revelavam a influência das técnicas jornalísticas (ANDERSON, 2018a, p.18).

Na tradição da metodologia de apuração está o trinômio observação, entrevista e pesquisa documental (GUERRA, 2008; MCGILL, 2006; SCHUDSON, 2010a). A observação se dá quando o jornalista testemunha *in loco* o acontecimento e, dessa, forma, pode fazer sua investigação. A entrevista consiste em procedimento para levantar informações a partir do relato de uma fonte. A captação pode ser direta ou indireta – respectivamente quando a fonte da informação é o entrevistado ou quando o jornalista utiliza o procedimento como forma de apurar o fato. A pesquisa documental reúne registros que têm o valor de demonstrar um fato (imagens, documentos impressos ou digitais, oficiais ou não oficiais). Hoje, os profissionais contam também com dados obtidos junto a portais públicos na internet, entidades de pesquisa ou via Lei de Acesso à Informação ou *Freedom of Information* (GUERRA, 2008, pp.43-44) para gerar até grandes furos de reportagem, como os do *Panama Papers* e o *Pandora Papers*.

Quando toma conhecimento de um fato, o jornalista pode constatar de forma objetiva o acontecimento ou por meio de ações ocorridas. Nas entrevistas com captação direta, a objetividade se dá pela reprodução fidedigna da fala. Na captação indireta, a objetividade envolve duas fases: a fidelidade acerca da informação obtida sobre o fato (ou assunto) e a fidelidade sobre o que a fonte informou. Na pesquisa documental, é crucial recorrer a documento autêntico a fim de correlacionar o teor do conteúdo com o fato referente. A objetividade aqui se estabelece a partir desta técnica de investigação que permite a confrontação e comprovação que une documentos e fatos (GUERRA, 2008, p.44).

A lógica vinculada por Guerra à “santíssima trindade” do jornalismo (observação, documentos e entrevista) corresponde à segunda das “prescrições metodológicas” necessárias para que o jornalista alcance a objetividade (GUERRA, 2008, p.42). Dentro de uma perspectiva de percurso, é a *objetividade que permite que o discurso produzido pelo profissional seja fiel ao fato relatado*¹⁵⁴. Guerra destaca que a primeira prescrição é a intenção do profissional em cumprir o imperativo ético fundante da atividade jornalística, ou seja, ater-se à verdade dos fatos. São procedimentos estabelecidos pela prática profissional na produção da notícia que tornam possível a construção de relatos verdadeiros e estão atrelados aos domínios da ética e da técnica (ibidem).

(...) Os imperativos éticos não se encontram dissociados da competência técnica profissional. Pelo contrário, é o que move o jornalista a querer satisfazê-la, e da melhor forma possível. A motivação ética (...) só faz sentido porque ela pode ser contemplada pelo correto uso das técnicas. Ele só se empenha em saber a verdade sobre o fato porque tal verdade pode ser atingida a partir da aplicação das técnicas de trabalho e reportada ao público. (...) A notícia, portanto, deve preservar o fato para o público. (...) Assim estará em conformidade com o imperativo ético que estabelece o espaço informativo dos jornais (GUERRA, 2008, p.40).

A intenção do repórter e o rigor na coleta – através da *santíssima trindade* – se completam com a redação da notícia, a terceira prescrição metodológica baseada em técnicas de redação que buscam, por exemplo, a precisão, a clareza e a ausência de ambiguidade, ou seja, a objetividade do conhecimento no discurso jornalístico. Guerra (2008, p.45) pontua dois outros princípios básicos que asseguram a eficácia do processo de conhecimento do fato: a imparcialidade e a neutralidade, que funcionam como “defesa”. A visão neutra, do ponto de vista gnosiológico, pressupõe que, para conhecer o fato, o jornalista precisa “suspender” a subjetividade, e esvaziar-se de “pré-conceitos e valores”. Do ponto de vista ético, isso significa isenção profissional e desinteresse pessoal, mas Guerra reconhece que podem ocorrer ambivalências suscitadas por pressões externas de ordem comercial, emocional, financeira ou política (ibidem). A fim de manter a imparcialidade, do ponto de vista ético, a atitude do jornalista é guiada pela intenção de apresentar divergências frente ao fato e materializar a contradição do pluralismo.

¹⁵⁴ Grifo da autora.

Os conceitos de neutralidade e imparcialidade sofrem críticas por parte de autores que compreendem não ser possível abdicar do universo subjetivo; outros percebem o risco de uma postura passiva por parte do jornalista (MEYER, 1973/2002; MINDICH, 1998). A imparcialidade, como já abordamos, foi contestada pelos estudos de viés conduzidos por Hall (1978/1999) e Herman e Chomsky (2002) entre outros. Embora não se furte a discorrer sobre a complexidade destes conceitos, Guerra (2008) sustenta o ponto de vista ético como fio condutor que respalda a objetividade, a neutralidade e a imparcialidade.

A *santíssima trindade* é percebida por Anderson (2018a, p.188) a partir da perspectiva da materialidade. Documentos, fontes e observações diretas são “objetos de evidência” que conformam práticas concatenadas com “o estado da produção do conhecimento jornalístico”. Com base em autores como Abbot e Collins e Evans, Anderson (ibidem, p.195) sublinha a relevância de considerar como a materialidade dos objetos de evidência dentro de espectro mais amplo – “cultural, político, organizacional e social” – produz “sistemas de expertise mais dinâmicos”¹⁵⁵ em profissões com conhecimento empírico. Em oposição ao *DIY*¹⁵⁶, o jornalista compartilha a ideia do processo enquanto objetividade profissional. E a verdade emerge justamente desses processos ou “métodos de reportagem, consideração fundamentada de todos os lados de um debate, acúmulo de verificações e apresentação de argumentos opostos”¹⁵⁷ (ANDERSON, 2018a).

Em 2003, Kovach e Rosenstiel já alertavam para a relevância da verificação como um fator crucial para elevar a qualidade da informação. Notavam como a internet contaminava o processo de apuração dos profissionais. Quase 20 anos depois, o jornalista se equilibra entre ser rápido ou preciso para não perder, para as redes sociais, a primazia na distribuição da informação. As próprias redes sociais servem como fonte de informação e induzem ao erro. A regra de verificar antes e publicar depois está sendo reconfigurada (HERMIDA, 2018). A observação *in loco* também foi fragmentada e ressignificada pelo uso de câmeras de vigilância ou

¹⁵⁵ Tradução da autora para: *one way to understand the intersection between materiality and culture is to consider empirical knowledge professions, not in isolation, but as part of a more dynamic system of expertise.*

¹⁵⁶ *DIY* é uma expressão inglesa que significa *Do It Yourself* ou *Faça Você Mesmo*. A sigla, neste caso, nomeia a informação criada por pessoas que não são profissionais, mas se favorecem da facilidade de produzir e publicar em plataformas digitais. Uma das nomenclaturas para a prática é *jornalismo cidadão*.

¹⁵⁷ No original: *reportorial methods, a reasoned consideration of all sides of a debate, the amassing of evidence, and the fair presentation of opposing arguments.*

vídeos feitos por cidadãos (ZELIZER 2007; GOULART DE ANDRADE, 2018). A legitimidade e a autoridade do jornalismo se sustentam em práticas fora das fronteiras da profissão.

Por compreender que a verificação é o que “separa o jornalismo de outros campos” e “fornece aos cidadãos base para confiar nos relatos jornalísticos”, Kovach e Rosenstiel (2003, pp.122-123) parametrizaram a “disciplina da verificação”. Algumas regras podem parecer até banais, mas se mostram congruentes em tempos de desinformação: “não acrescente nada que não tenha acontecido” ou “não engane o público” (ibidem, p.123). A “regra da transparência” tem duas vertentes. Uma é a transparência editorial. A outra mostra-se afinada com as práticas do jornalismo de dados abertos e com a noção de evidência. Inspira-se no método científico ao explicitar como se chegou àquele conhecimento a partir de informações sobre método, motivos e fontes.

O que o leitor precisa saber a fim de checar a informação por conta própria? Existe algo na reportagem que demande explicação? A objetividade de método na ciência – definida pela possibilidade de se comprovar um experimento – aplicada ao jornalismo presume uma explicação sobre “como sabemos o que sabemos” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.128). Dessa forma, o jornalista aumenta a confiabilidade do leitor que reproduzirá a informação.

Alguns métodos concretos propostos por Kovach & Rosenstiel foram levantados junto a profissionais. Um deles é a *lista de exatidão*, que apresentamos a seguir:

- 1) O lead da matéria tem consistência?
- 2) Alguém recheou, telefonou ou visitou todos os números, endereços e emails na matéria?
- 3) As informações colhidas permitem entender a matéria completa?
- 4) Todos os que aparecem na matéria estão identificados e tiveram oportunidade de emitir seus pontos de vista?
- 5) A matéria toma partido ou faz julgamento de valores de forma sutil? Será que alguns leitores gostarão mais do que outros da matéria?
- 6) Todas as declarações são exatas e bem atribuídas captando com precisão o que disseram os entrevistados?

As fontes de informação são listadas entre os itens das técnicas de verificação com ressalvas sobre fontes anônimas (KOVACH & ROSENTIEL, 2003, p.141). Ao analisar a questão das fontes sob o ponto de vista deontológico, Fidalgo (2000,

pp.326-335) encontra, entre pontos de consenso, a *responsabilidade* do repórter pela informação veiculada bem como da fonte que deve ser, portanto, identificada, “a *autonomia*, que consiste no distanciamento crítico e no conhecimento do assunto abordado que evita manipulações; a *transparência* a partir da identificação dos entrevistados e recusa ao plágio, ou seja, aproveitamento de informação apurada por outrem, a apropriação de material na internet sem o devido crédito, obtenção de informação por método ilegal ou desonesto e dissimulação da identidade, aceitável apenas pelo interesse público; a *correção* que prevê rigor na transcrição das declarações, sem esquecer a devida atenção aos contextos em que foram proferidas, respeito a compromissos de embargo ou *off the record* e a *proteção* que tangencia a questão do dever de assegurar o anonimato das fontes”.

Fidalgo nos lembra que as fontes são a origem da informação e, portanto, cumprem um papel de relevo na construção da informação. Neste sentido, Sousa (2002) pondera que a “verdade” esbarra na veracidade das fontes, que nem sempre pode ser confirmada. Ao estabelecer a epistemologia do jornalismo investigativo, Ettema e Glasser (1998, p.48) corroboram que “a certeza que as pessoas mentem leva os repórteres a buscarem informações com diversas fontes”; e a recorrer às evidências a partir do peso dos documentos (ibidem). A profissionalização das fontes com a consolidação do assessor de imprensa nas duas últimas décadas induziu a passividade de parte do reportariado (NEVEU, 2010). No lugar de definidores primários, são as fontes que pautam a realidade?

“Porque as notícias são complexas e escorregadias, o jornalismo exige as virtudes de um método científico”, afirmou Lippman (1920, p.67). O pensamento de Lippman, que inspirou Kovach e Rosenstiel, também forjou a ideologia do *jornalismo de precisão* cunhado por Philip Meyer, ou seja, a noção de *objetividade de método* (MEYER, 1999). Uma das intenções era adquirir mais autonomia e rebater o *churnalism* – apelido dado às notícias contaminadas pelos *press releases* das assessorias de imprensa. Na concepção de Meyer, um dos precursores da RAC – *Reportagem com Auxílio de Computador*, “enquanto cientistas testam a realidade através de observações e deduções, os jornalistas fazem uma verificação cruzada ao ouvir diferentes fontes com atitudes semelhantes como ceticismo, instinto de operacionalização, tentativa de desvelar os fatos e capacidade de apreensão e replicabilidade” (MEYER, 2002, p.10).

O jornalismo de precisão, que será abordado com mais pormenores no subcapítulo 3.2: *Genealogia do jornalismo de dados*, surgiu com a proposta de aproximar o jornalismo das ciências sociais. Para Meyer, a fragilidade da objetividade – que resultou no movimento *new journalism* ou jornalismo literário – demandava um método de coleta que comunicasse a verdade – ausente em muitas reportagens de expoentes do movimento literário, como Tom Wolfe” (MEYER, 1973/2002, p.4). O autor americano identifica características de cientistas no jornalista, como ceticismo, instinto de operacionalização e a replicabilidade. Entre os elementos que ditam a expertise do profissional, Meyer cita as formas de:

- encontrar informação;
- avaliar e analisar;
- comunicar de forma a perfurar o fluxo de informação e atingir quem precisa dela;
- determinar, e depois obter, uma quantidade de precisão necessária para uma história particular.

O jornalismo quantitativo proposto por Meyer (1973/2002) traz, em si, o que Träsel (2017, p.104) aponta como *objetividade disciplinar*. Diferente da *objetividade declaratória* dos rituais de Tuchman, a objetividade disciplinar se atinge através de métodos científicos e foi propalada pela comunidade ligada ao movimento do *software livre* (ver subcapítulos 2.3 – *Fragmentação e novas centralidades* – e 3.2 – *Genealogia do jornalismo de dados*). Ao pesquisar o grupo que se dedica ao jornalismo de dados, Träsel observou que os profissionais veem os dados como forma de mostrar quem está falando a verdade nesse tipo de caso e, ao mesmo tempo, poder reclamar uma objetividade quase científica:

quando se está trabalhando com dados, analisando algo estaticamente, pode-se determinar o nível de confiança da análise, e essa análise pode ser reproduzida. Se alguém quiser reproduzir o estudo sobre votação do bolsa família que o Estadão Dados fez, basta pegar os dados no portal de transparência pública do governo federal e no Tribunal Superior Eleitoral e fazer sua análise. Então, é algo que tenta novamente se aproximar de uma objetividade disciplinar. O resgate da objetividade vai permitir também reclamar uma autoridade profissional que os jornalistas viam já como perdida no momento em que a internet nivelou o campo (TRÄSEL, 2017, pp.103-104).

A objetividade como método vincula-se, portanto, ao jornalismo assentado na verificação. A coleta de dados permite sustentar relatos verdadeiros a partir de

evidências que adquirem status de “elementos discerníveis para escrutínio do público” (TUCHMAN,1972/1999). Guerra e Franciscato (2006) observam que a iminência de obsolescência empurra os profissionais a adotar métodos mais sofisticados de apuração que tangenciam o rigor científico e abrem a perspectiva de diálogo entre as ciências e o senso comum. Dessa forma, “os enquadramentos interpretativos, os métodos e práticas se favorecem das duas fontes sem que o jornalismo perca sua especialidade” (ibidem, p.95).

A objetividade tangencia a história do jornalismo revelando rupturas e discontinuidades. No próximo subcapítulo, traçamos um percurso, com a proposta dos quatro ciclos, que focaliza momentos em que essa matriz sobressaiu no campo jornalístico.

2.5. A proposta dos quatro ciclos

Esta proposta foi desenvolvida, em 2017, a partir da leitura de Schudson (2010a) e com base em reflexões sobre a objetividade no jornalismo, na elaboração do projeto de doutorado. Anderson (2018a) apresentou uma proposta de genealogia bastante similar, na qual situa a origem do jornalismo de dados no século XIX e relaciona a cultura dos dados a noções de objetividade e construção de narrativas verdadeiras. A partir desta proposição, Anderson empreendeu uma revisão bibliográfica que sustenta sua tese genealógica (subcapítulo 3.2).

A premissa apresentada no percurso da tese aqui relatada parte de conceitos estabelecidos por Chalaby (2003). Assinalamos que o jornalismo anglo-americano modula estratégias e práticas jornalísticas e nos amparamos em Schudson (2010a) para expor uma hipótese de quatro ciclos em que as rotinas produtivas são guiadas pela objetividade e pelo rigor na metodologia como forma de legitimar a produção jornalística e, conseqüentemente, ampliar a credibilidade da notícia.

Observamos a emergência, nos Estados Unidos, de três ciclos em que as rotinas produtivas são guiadas pelo rigor na metodologia como forma de legitimar a produção jornalística e, conseqüentemente, ampliar a credibilidade da notícia. Como hipótese, reconhecemos um quarto ciclo que se delineia nas plataformas digitais a partir de agências de jornalismo independente – que se enquadram no polo ideológico do jornalismo. Buscam autonomia – dentro do modelo sem fins lucrativos – qualidade e exatidão – apoiadas no rigor do *big data*. Ao investir em

pautas investigativas, promovem a revitalização do repórter transmutado em jornalista de dados. Portanto, a nosso ver, são quatro os ciclos da produção jornalística:

Primeiro ciclo

O século XIX viu surgir a era do repórter e o fortalecimento de um jornalismo calcado na precisão, na apuração com rigor científico, influência do positivismo e da ciência – a demanda pública por fatos alimenta pesquisas. É quando começa a se delinear o *ethos* profissional e a se estabelecerem valores de uma comunidade interpretativa. O repórter se posiciona como um observador. Jornalistas viram escritores, e escritores trabalham em tempos de realismo literário. Editores exigem precisão, precisão, precisão – a fim de se distanciar do *yellow journalism* (do sensacionalismo) – e entram em choque com parte do reportariado que busca uma narrativa livre e criativa.

Segundo ciclo

As décadas de 1920 e 1930 – com a ascensão da propaganda – encontram a lógica da objetividade como ideal do jornalismo. O método científico nas rotinas jornalísticas é visto como meio de atingir a credibilidade arranhada pela propaganda e manipulação das notícias.

Terceiro ciclo

Na década de 1960, a cultura crítica que se espraia nas redações reforça a necessidade de desconfiar das fontes e dá combustão ao jornalismo investigativo. Há uma revitalização do movimento *muckraker* pautado pela preocupação social e empenho em denunciar corrupções e desgovernos. A função de relações públicas está consolidada, e entre repórteres cresce o questionamento sobre linha editorial, autonomia e imparcialidade.

Quarto ciclo

A crise do modelo de negócios acarreta demissões e menos investimento em jornalismo investigativo. A disputa por público estimula a cultura dos cliques com a precarização do conteúdo e também da profissão. O crescimento da desinformação – rotulada de *fake news* – afeta a

credibilidade da mídia. A partir dos ideais do polo ideológico do jornalismo, agências de jornalismo sem fins lucrativos adotam o jornalismo de dados abertos que contribui para a transparência e evidencia a qualidade da informação. Esta vertente fortalece o papel social da mídia – a partir dos conceitos da teoria democrática.

A emergência do jornalismo de dados é fruto de um processo que se relaciona, de forma intrínseca com a internet, a interação propiciada pela web, a cultura digital e o jornalismo online. O próximo capítulo busca situar a prática dentro do contexto do jornalismo contemporâneo, sua genealogia e oferece um reflexo sobre sua epistemologia.

3. Jornalismo no século XXI

Ferramenta para jornalistas *geeks*¹⁵⁸? Sinônimo de transparência e narrativas mais confiáveis? Uma nova epistemologia? Afinal, o que representa o jornalismo de dados abertos dentro da cultura jornalística que se delineou desde o século XVII (PEUCER, 2004; TAMBOSI, 2004; DIAS, 2004)? No percurso deste capítulo, a abordagem se inicia com a emergência do jornalismo digital e as condições de possibilidade que trazem, no seu bojo, o reflexo de novos modos de fazer. As implicações do *jornalismo em rede* proporcionadas pelo advento da internet no cotidiano das redações são assunto do subcapítulo 3.1.

Ao considerar a emergência do jornalismo de dados, Anderson (2018a) empreende uma investigação genealógica que localiza a origem da cultura de dados no século XIX. O subcapítulo 3.2 introduz essa perspectiva que tangencia a quantificação e a visualização como práticas na direção de mais rigor tanto nas ciências sociais quanto no jornalismo,

Para adentrar nas especificidades das rotinas do jornalismo de dados, o subcapítulo 3.3, *A epistemologia do jornalismo de dados*, abordará as formas de fazer com considerações sobre diferenças e interseções com métodos como jornalismo de precisão e jornalismo investigativo. O subcapítulo 3.4, *A transparência nos dados*, avança na questão das rotinas mostrando as práticas de transparência no jornalismo de dados. A pesquisa em tela considera tantos *links* para documentos com o acesso a *google docs* (pacote de aplicativos para acessar documentos na nuvem, na web), *spreasheets* (planilha na internet) e *GitHubs* (plataforma de hospedagem de código-fonte que permite contribuição em projetos em qualquer lugar do mundo) demonstrações de como o jornalismo de dados se coaduna com a regra da transparência que permite a verificação da qualidade da informação.

¹⁵⁸ Enquanto o termo *nerd* tem conotação depreciativa e pode descrever pessoa inteligente mas desajeitada e obsessiva, *geek* ganhou conotação mais positiva de expert e entusiasta de tecnologia digital.

3.1. Na esteira do jornalismo digital: perspectivas do jornalismo em rede

O século XIX encetou uma transformação que estabeleceria profunda renovação na relação da imprensa com sua audiência. A introdução da *penny press* – com distribuição barata de informação a quem quisesse comprá-la – marcou o declínio da conexão face a face entre o jornalista e seu público na esfera pública (TUCHMAN, 1978b, p.107)¹⁵⁹. Se rádio e TV trouxeram outra dimensão para a experiência da audiência, a internet, no século XX, resultou em um processo de desmaterialização de impressos e a migração para as plataformas digitais – com a profecia não consumada da extinção de jornais e revistas.

Se jornais centenários, como o britânico *The Guardian*, o americano *New York Times* e os brasileiros O Globo e Folha de S. Paulo resistem no papel, todas as organizações midiáticas criaram sites de notícias ao lado de nativas digitais, agências de notícias sem fins lucrativos, iniciativas cidadãs e de ativismo em rede. Para além da questão sobre o monopólio acerca da produção e da autoridade profissional, as duas últimas décadas registraram a emergência de novas rotinas e ferramentas tecnológicas e novas narrativas. Neste subcapítulo, o foco é a reflexão sobre as condições de possibilidade criadas pelos novos paradigmas decorrentes do jornalismo *online* que resultaram em práticas como a do jornalismo de dados abertos.

O jornalismo produzido para o ambiente das plataformas digitais provocou, portanto, mudanças significativas que despertaram a atenção de acadêmicos (QUADROS, 2002; MIELNICZUK, 2003; PALÁCIOS, 2003, 2004; MACHADO, 2005; ADGHIRNI, 2001; JENKINS, 2008; JENKINS et al., 2013; BRUNS, 2005; CANAVILHAS, 2014; BARSOTTI, 2014, 2018). O ativismo em rede mobilizou outro núcleo de estudos (CASTELLS, 2012 ; GILLMOR, 2006; BENTES, 2015; MEIKLE, 2003; CAMMAERTS, 2007; BITTENCOURT, 2014; RODRIGUES, 2018). E na segunda década do jornalismo online, como define Domingo (2011), o jornalismo de dados criou um novo campo disposto a averiguar suas peculiaridades

¹⁵⁹ A partir de Habermas, Tuchman assinala que a interação parassocial inaugurada pela imprensa modificou as relações na esfera pública e a compreensão do conceito do que é público e do discurso público. Em uma fragmentação na interação entre a mídia e seu público. Embora sejam uma hipótese especulativa, as ideias de Habermas encontram eco entre autores como Simmel e pioneiras percepções sociológicas. Para Habermas, as novas formas de interação impulsionaram o capitalismo. O advento da publicidade nos jornais trouxe o conceito de negócio e lucro através dos anúncios.

(AGUIAR & SCHAUN, 2010, COHEN et al., 2011; LEWIS, 2014; FLEW et al., 2012; LEWIS & USHER, 2014; BERTOCCHI, 2013; FINK & ANDERSON, 2015; PARASIE & DAGIRAL, 2013; PARASIE, 2015; HOWARD, 2014; TRÄSEL, 2014; BORGES-REY, 2016, 2017; LOOSEN et al., 2015; BRADSHAW, 2017; CODDINGTON, 2015, 2018; GEHRKE, 2018 a, b; HERMIDA & YOUNG, 2019).

A nosso ver, algumas características definidas como inerentes ao *webjornalismo* amparam o jornalismo de dados abertos, como a hipertextualidade e a interatividade (BARDOEL & DEUZE, 2001; PALÁCIOS, 2003). Traçamos aqui esse tangenciamento a partir de autores que estudaram essa evolução (MIELNICZUK, 2003, BARDOEL & DEUZE, 2001; PALÁCIOS, 2003; BARBOSA, 2008; BARBOSA & TORRES, 2013; CANAVILHAS, 2014; NOCI & SALAVÉRRIA, 2003; DE MAEYER & HOLTON, 2016; DE MAEYER, 2012; 2013; FIDALGO, 2007; MACHADO, 2005; MANOVICH, 2001; SALAVÉRRIA, 2005).

Quando os jornais migraram para as plataformas digitais, as versões se restringiam a reproduções da edição impressa. Esse formato é o que Mielniczuk (2003, p.33) define como *webjornalismo de primeira geração*, época em que o chamado jornal *online* consistia na transposição de matérias selecionadas das editorias – prática conhecida como *shovelware*. A atualização era feita a cada 24 horas ditada pelo fechamento do impresso, com a publicação de conteúdos de alguns cadernos, como no caso do jornal Estado de S. Paulo (Estadão). A rotina de produção seguia vinculada ao ritmo do papel, e a narrativa não trazia nenhuma inovação ou aproveitamento das potencialidades da web, ou seja, eram cópias dos textos publicados no papel.

No final dos anos 1990, como observa Mielniczuk (2003, p.34), inicia-se a *segunda geração* do *webjornalismo*, período em que as empresas passam a recorrer a recursos propiciados pela rede, embora o formato digital ainda não tivesse se descolado do que se publicava no impresso. Essa é a fase “metáfora”, na qual a edição no papel funciona como uma referência para a introdução de experiências que somente o ambiente digital permitia, como hiperlinks e informação sobre *emails* – que incentivam a interação entre leitor e repórter. No NetEstado, do jornal Estado de S. Paulo, uma barra de navegação na lateral do site apresenta links, e a edição online oferece acesso a uma seção denominada *últimas notícias*.

Na *terceira geração* do webjornalismo, o gradual aumento da capilaridade da internet revela projetos desenvolvidos especificamente para o terreno digital. Exploram-se, portanto, recursos multimídias – como sons e animação; a interação ganha outra dimensão com o uso de *chats* que envolvem figuras públicas, criação de enquetes e fóruns de discussão (ibidem, p.36). Dessa fase, Mielniczuk cita o surgimento do site *www.msnbc* – projeto que segue ativo e foi resultado de uma fusão entre *Microsoft* e *NBC*, em 1996, com proposta original desvinculada das duas matrizes (ibidem). Já Hermida e Young (2019, p.1) destacam do período a primeira cobertura *online* das eleições britânicas, em 1997, pela corporação pública de rádio e televisão do Reino Unido, a *BBC – British Broadcasting Corporation*, que contou com trabalho para TV e rádio e publicação, em tempo real, de dados detalhados sobre a votação ao redor do Reino Unido. Meses depois, a organização lançaria o *BBC News Online* com a pretensão de “explorar formas de narrativa multimídia, interação com o público e armazenamento de informações” – um período que a equipe apelidou de *Wild West (Oeste Selvagem)*.

As características do formato online permitiram a exploração de novas formas de narrativa. Bardoel e Deuze (2001) destacaram entre essas formas a hipertextualidade, a interatividade, a multimidialidade e a customização do conteúdo. Palácios (2003), por sua vez, listou: multimidialidade ou convergência, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo, memória e instantaneidade ou atualização contínua. Segundo os autores pesquisados, as especificidades do formato digital ajudam a criar uma base de sustentação que serve de estímulo ao jornalismo de dados abertos.

A customização do conteúdo, por exemplo, abre a possibilidade de uma leitura individualizada porque permite ao leitor escolher e configurar, de forma hierarquizada, os produtos jornalísticos que atendem seus interesses e preferências pessoais. A partir do sistema RSS (*Really Simple Syndication*), cria-se uma busca e seleção individual de notícias. Hoje, o Twitter oferece esse serviço. A instantaneidade – na base do jornalismo 24/7 (24 horas/7 dias por semana, ou seja, a qualquer hora) – leva à atualização contínua e rápida das notícias que compõem o conteúdo de seções como *Últimas notícias*, no site de O Globo, ou *Live* no *The Guardian* e no *New York Times*.

A multimidialidade possibilita a convergência de diferentes suportes na página online (imagens, sons, gráficos interativos, animações etc.) em uma soma

que transforma e modifica a narrativa textual. Se a diagramação dos jornais impressos inclui, desde os primórdios, a publicação de gráficos, as potencialidades da *web* diversificaram e redimensionaram o *design* gráfico aplicado ao jornalismo, especialmente no que concerne à animação. Neste sentido, o jornalismo de dados se favorece, sobremaneira, da multimídia¹⁶⁰.

A interatividade é o que permite a interação do leitor com o veículo através de emails para a redação, comentários ou participação em chats (BARDOEL & DEUZE, 2001; PALÁCIOS, 2003). Outra forma de interação que se popularizou durante a pandemia de coronavírus é o formato *webinar* – seminário virtual em tempo real mediado por jornalistas. *Chats*, comentários e *webinar* permitem também a interação entre os próprios usuários. As conexões do hipertexto estabelecem a interação do leitor com a reportagem e funcionam como porta de entrada para as visualizações interativas com reportagens de dados. No caso do *TBIJ – The Bureau of Investigative Journalism*, uma das agências analisadas durante a pesquisa aqui relatada, a interação se dá por meio de colaboração, tanto via emails convocatórios como pela plataforma virtual de trabalho *Slack* (ver subcapítulo 4.2.3, que contém uma pequena etnografia do TBIJ).

A hipertextualidade se assenta no conceito de produzir informação sobre a informação ou “para além da informação” (BARDOEL & DEUZE, 2001). Ponto de partida da *world wide web* (*www*), ela permite que o leitor tenha acesso a documentos originais, materiais de referência (vídeos, animações, áudios), outros sites com informações adicionais sobre a reportagem e matérias de arquivo (ibidem; PALÁCIOS, 2003). O conceito origina-se da palavra *hipertexto*, que consiste num entrelaçamento de blocos informativos por meio de hiperligações (ou *hyperlinks*). Na descrição de Lévy (1993, p.33), é “um tipo de programa para organização de conhecimentos ou dados”.

A navegação propiciada pela hipertextualidade desencadeou a discussão sobre a leitura não linear da reportagem, que abrange textos hiperligados entre si e confere liberdade de escolha ao leitor durante a navegação. Esta nova arquitetura suscitou polêmicas sobre a possível ruptura com modos tradicionais de fazer jornalismo apoiados na pirâmide invertida – técnica que segue a hierarquia dos fatos

¹⁶⁰ Um exemplo de animação premiada é a reportagem que mostra as causas de uma enchente. Disponível em <https://projects.propublica.org/graphics/levees> Acesso em 17 out 2018.

mais importantes (o que, quem, onde, como, quando e por que) no começo da notícia da notícia (CANAVILHAS, 2014; NOCI & SALAVÉRRIA, 2003).

Não é foco, neste percurso, a discussão sobre tessituras narrativas. Interessa destacar a noção de hiperligação, ou a corruptela do inglês *hyperlink*, que materializa a hipertextualidade. Quatro aplicações para hiperlinks são estabelecidas por Salavérria (2005): a *documental*, que faz a conexão com arquivos da reportagem; a *ampliação informativa*, que faz a conexão com contextos recentes; a *atualização*, que faz a conexão com informação atualizada, e a *definição*, que faz conexão com blocos informativos que aprofundam o assunto em pauta.

A partir de Salavérria, Canavilhas (2014) observa que hiperligações como a documental oferecem pormenores sobre o relato. Deuze (1999, p.383) sustenta que a cultura do *hyperlink* permite navegar em antigos arquivos, documentos e transcrições oficiais e, com isso, o leitor pode “rastrear o processo de coleta e da produção da notícia”¹⁶¹. De Maeyer (2012, p.693) destaca, portanto, que esses atributos favorecem a credibilidade e a transparência, uma vez que direcionam o leitor para páginas com informações mais específicas sobre as fontes da informação e sobre seu contexto. A autora assinala que “as práticas de coleta de notícia, como encontrar e selecionar as fontes, não estão mais completamente ocultas”¹⁶² (ibidem). Ex correspondente na China e no Brasil, o atual editor de meio ambiente do jornal *The Guardian*, Jonathan Watts – que firma parceira com o TBIJ – reflete sobre como a adoção do hyperlink mudou a realidade do jornalismo.

Acho que mudou o jornalismo de forma positiva. Isso tornou nosso trabalho um pouco mais difícil e empoderou nossos leitores. (...) é uma coisa muito boa que as pessoas possam acessar o material de base em que baseamos nossos artigos, e acho que isso está acelerando a transformação dos jornalistas em um fio elétrico (...), uma conexão. Porque, no passado, quando eu olho para os jornalistas de antigamente, como os correspondentes estrangeiros de cem anos atrás, ou mesmo de 60 anos atrás, quando iam a lugares, quando estavam longe de sua região, na China ou no Brasil ou no Ártico, naquela época eles eram aquele lugar aos olhos dos leitores porque o leitor provavelmente não tinha muitas outras maneiras de saber sobre outros países. Os correspondentes tinham esse poder incrível. (WATTS, 2021).

¹⁶¹ Tradução da autora para: *allowing the reader to trace back the reporting and news gathering process.*

¹⁶² Tradução da autora para: *Newsgathering practices such as finding and selecting valuable sources are no longer completely hidden.*

De Maeyer (2013) enquadra os hiperlinks, a partir de seus destinos, em três categorias: os *internos*, que direcionam o leitor para páginas no mesmo site; os *pseudoexternos*, que direcionam para sites afiliados; e os *genuinamente externos*, que indicam ao internauta uma forma de acesso a sites de outras organizações. A partir da análise de 256 reportagens publicadas entre 1997 e 2013, De Maeyer e Holton (2016 p.781) definem como um “bom link” aquele que direciona o leitor para material original, documentos e dados, ou seja, fontes primárias usadas para construir a notícia. Neste caso, afirmam os autores, os links são usados como “demonstração de facticidade”.

Watts observa que a utilização de hiperlinks funciona como um “barômetro” que aponta aderência ao jornalismo digital e percebe como organizações nativas como *TBIJ* se associam ao modelo do hiperlink. Como estratégia, confere “reputação” através do “compartilhamento das fontes que estabelece uma relação de confiança com o leitor”¹⁶³.

Compreendemos que o jornalismo de dados abertos se vale tanto da hiperligação *documental* como da *ampliação informativa* e da *definição*. Os links internos para material bruto construído pelos repórteres, como planilhas, ou os links genuinamente externos para sites onde o leitor pode acessar dados oficiais ou institucionais, relatórios, documentos, pesquisas ou outro tipo de referência, também se mostram relevantes para a proposta de abrir os dados. Se estas conexões propiciadas pela hipertextualidade favorecem a transparência, outra característica singular é a *memória*, que também pode ser associada aos arquivos resultantes da compilação de dados raspados pelos jornalistas.

Os arquivos jornalísticos, desde sempre, se constituíram registros históricos e são colecionados em hemerotecas ao redor do mundo. Palácios (2003) sustenta, entretanto, que a digitalização da informação introduziu mudanças no tocante ao resgate da memória. A hiperligação, neste sentido, é um fator que agrega valor ao conteúdo digitalizado e armazenado, como assinala Aguiar (2009), pois o sistema de arquivamento digital tornou possível acumular uma infinita quantidade de informações, de um modo muito mais viável, tanto do ponto de vista técnico quanto econômico:

¹⁶³ Jonathan Watts em entrevista à autora em 12 jul. 2021, via google meet.

A tecnologia digital, por admitir ilimitada capacidade de memória, além de garantir a perenidade e a rápida acessibilidade, permite a disponibilização on-line de todas as notícias produzidas, que passam a ser armazenadas em bancos de dados com métodos sofisticados de indexação e recuperação da informação. Mais ainda, através de links entre diferentes nós que compõem a web, a memória é criada de forma coletiva (AGUIAR, 2009, p.170).

O jornalismo de *quarta geração* envolve o conceito do banco de dados como formato digital (MACHADO, 2005; MANOVICH, 2001). Na ciência da computação, um banco de dados consiste em uma coleção de dados estruturados e organizados de forma a agilizar a busca e a recuperação de informação (MANOVICH, 2001). Barbosa (2008) observa que as bases de dados, inicialmente usadas para armazenar e distribuir informações jornalísticas, ganharam protagonismo com o surgimento da RAC (*Reportagem com Auxílio de Computador*), introduzida por Philip Meyer em 1973, e lugar central no processo de convergência midiática. O conceito do *Jornalismo Digital com Base de Dados* (JDBD) funda-se nas funcionalidades das bases de dados no que tange à produção e à estruturação e apresentação de conteúdo (BARBOSA, 2008, p. 91).

Manovich (2000) pondera que nem todos os produtos jornalísticos seguem uma estrutura de banco de dados, mas, por trás da superfície, possuem características de uma interface para banco de dados. E o leitor, ou usuário, se integra a essa lógica narrativa a partir dos hiperlinks.

No caso mais simples, a interface simplesmente fornece o acesso ao banco de dados subjacente. Por exemplo, um banco de dados de imagens pode ser representado como uma página de imagens em miniatura; clicar em uma miniatura recuperará o registro correspondente. Se um banco de dados for muito grande para exibir todos os seus registros de uma vez, um mecanismo de pesquisa pode ser fornecido para permitir ao usuário pesquisar registros específicos. Mas a interface também pode traduzir o banco de dados subjacente em uma experiência muito diferente para o usuário (MANOVICH, 2001, p.181)¹⁶⁴.

¹⁶⁴ Tradução da autora para: *In the simplest case, the interface simply provides the access to the underlying database. For instance, an image database can be represented as a page of miniature images; clicking on a miniature will retrieve the corresponding record. If a database is too large to display all of its records at once, a search engine can be provided to allow the user to search for particular records. But the interface can also translate the underlying database into a very different user experience.*

Machado (2005) pontua como a base de dados se atrela à questão da memória no jornalismo digital. Dentro dessa perspectiva, sugere que as organizações de mídia, além de aderir ao paradigma da coleção de informação estruturada, devem encarar essas bases como suportes para construção de narrativas multimídias sem perder de vista a importância crucial de manter a atualização da memória digital.

O jornalismo de *quinta geração*, enfim, traz no seu bojo a tecnologia móvel (dos *tablets* e dos celulares usados como câmeras) e a guinada quantitativa. É a fase da expansão do jornalismo em base de dados que abarca o jornalismo guiado por dados, vertente do jornalismo de dados. Estas nomenclaturas, consideradas controversas (GRAY et al., 2012; CODDINGTON, 2015; FINK & ANDERSON, 2015; HAMMOND, 2017; HERMIDA & YOUNG, 2019), abrangem reportagens feitas a partir da *mineração* de dados – assunto que será expandido nos próximos subcapítulos. O modelo se consolidou a partir do processo de quantificação da sociedade do qual o fenômeno do *big data* não pode ser desvinculado; da mesma forma, o modelo não pode ser desvinculado da noção de que é a datificação que torna o texto digital indexável e, portanto, pesquisável (MEJIAS & COULDRY, 2019).

Entre as funcionalidades pertinentes à quinta geração do jornalismo digital, Barbosa e Torres (2013) listam:

- integrar processos de apuração, composição, documentação e edição de conteúdos;
- habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração com o *data mining* (mineração de dados);
- garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre conteúdos.

Em função do crescente fluxo de informações que podem ser mineradas e convertidas em narrativas, Barbosa e Torres (2013) correlacionam ao jornalismo de dados guiados as seguintes categorias constituintes do modelo JDBD e suas respectivas funcionalidades:

- automatização – agiliza processo de apuração e formatação de conteúdo com base no que está guardado no arquivo;
- flexibilidade – facilita a recuperação de conteúdos para contextualização;

- hiperlinkagem – incorpora materiais disponíveis nas bases de dados com informações abertas que viabilizam análise e contextualização;
- densidade informática – com base no modelo de Resolução Semântica de Fidalgo¹⁶⁵, pressupõe volume e precisão de conteúdo;
- diversidade temática – parte da estruturação de bases de dados para apresentação de conteúdos, o que amplia a agenda e redimensiona a reportagem para além do eixo temático mais comum;
- visualização – engloba as múltiplas formas possíveis de apresentar o conteúdo que está armazenado nos bancos de dados;
- convergência – agrega os demais tópicos por se configurar um elemento central no jornalismo digital.

Cabe abrir um parêntese e introduzir a discussão apresentada por Barsotti (2017) em sua tese sobre as diversas nomenclaturas que buscam enquadrar a experiência em plataformas digitais: *webjornalismo*, *jornalismo digital* ou *jornalismo em rede*. Barsotti compreende que o conceito *online* perde o sentido uma vez que a prerrogativa de baixar conteúdos faculta ao leitor acessar a notícia em estado *offline*. Barsotti defende o conceito de *jornalismo em rede* proposto pela acadêmica e jornalista alemã Ansgard Heinrich, que compreende as organizações de mídia como nós que se entrelaçam dentro de uma estrutura em rede na qual convivem também cidadãos comuns, blogueiros e outros atores. Apesar de alguns nós terem predominância sobre outros, a conexão permite a produção e troca de informações a partir do compartilhamento em uma mesma esfera. Barsotti pontua que o conceito de jornalismo em rede, para Heinrich, extrapola a internet:

Para ela, as transformações no jornalismo atingem o processo jornalístico como um todo, com impactos em todas as plataformas de distribuição, do impresso ao rádio, da televisão ao jornalismo *on-line*. Como todos estão em rede – fontes noticiosas, jornalistas e o público – todos influenciam e são influenciados pelos demais atores envolvidos no processo, independentemente do grau e do suporte. Portanto, o conceito de jornalismo em rede acaba com a oposição entre meios digitais e analógicos e abarca o jornalismo *on-line* (BARSOTTI, 2017).

¹⁶⁵ O modelo da *Resolução Semântica* de Fidalgo parte da premissa de que a notícia ganha baixa ou alta resolução de acordo com o volume de informação disponível. O limite da resolução, a *saturação semântica*, ocorre quando se atinge o máximo de informação possível sobre um assunto. Fidalgo considera as versões atualizadas disponíveis nas plataformas digitais e elementos sonoros e visuais, vídeo, infografia – específicos do jornalismo online – que conferem mais precisão à notícia. Segundo este modelo, a notícia é mais objetiva se os dados informativos são confirmados pela resolução semântica, conceito que se deriva da resolução fotográfica (FIDALGO, 2013).

A interatividade é um fator que contribui, de forma decisiva, para o trabalho colaborativo, que é uma faceta do jornalismo de dados – com exemplos extremos de coberturas como *Panama Papers*, que envolveu 400 jornalistas e 107 veículos de comunicação. Outro fator que redimensionou a perspectiva editorial é a ausência de limites para publicação no formato digital, ou seja, espaço ilimitado que se diferencia profundamente, da experiência do impresso. A lógica do banco de dados associada ao conceito do hiperlink imprime, ao jornalismo online, a potência de publicar e distribuir uma quantidade ilimitada de informação que pode ser recuperada pela audiência (PALÁCIOS, 2003). O jornalismo de dados abertos lança mão dessas características ao oferecer transparência e evidência ao leitor em forma de registro datificado ou documental. Neste sentido, Bardoel e Deuze (2001) já percebiam, há 20 anos, essa tendência em função do “aumento explosivo de informação em escala mundial”.

Acreditamos que o jornalismo de dados inscreve sua história ao longo da terceira, quarta e quinta gerações anteriormente abordadas. Características do *webjornalismo*, como *hipertextualidade*, *interatividade*, *multimedialidade* e *memória*, presentes no jornalismo de terceira geração, são essenciais para a prática do jornalismo aberto. O jornalismo de quinta geração, se materializa na produção de planilhas *Excel* e na disponibilização de documentos oficiais ao leitor. A prática de abrir os dados constitui-se em um *jornalismo em camadas*, no qual a reportagem se encontra na superfície e informações adicionais são apresentadas a partir de links internos dentro de uma lógica de banco de dados (MANOVICH, 2001)

Cabe destacar a perspectiva de Anderson (2018a) de que o jornalismo de dados nasce há dois séculos, imbricado com práticas das ciências sociais. No próximo subcapítulo, vamos retornar ao passado, mais precisamente ao século XIX, para situar a emergência de uma prática considerada, por muitos, contemporânea e de *última geração*, com base no percurso genealógico proposto por Anderson. Desse ponto de partida, pretendemos pontuar as *clivagens* que respaldaram a evolução de uma “especialidade” que mobiliza a atenção da academia e explicar, afinal, o que é jornalismo de dados.

3.2. Genealogia do jornalismo de dados

Através de um percurso *foucaultiano*, Anderson (2018a) propõe uma genealogia que constrói uma ponte entre o passado, influenciado por uma visão

positivista, e o presente onde se consolida o jornalismo de dados. Em outras palavras, se este termo possui uma conotação contemporânea, o uso de dados no jornalismo remonta o final do século XIX e, em diferentes momentos, está atrelado à tentativa de construir narrativas verdadeiras. Portanto, a relação entre jornalismo e dados está fundada em um modo normativo e genealógico. A cultura da verdade – que rege o campo jornalístico – foi impactada pelo trabalho social no momento em que a Sociologia estabeleceu seus métodos, argumenta Anderson (ibidem).

Este subcapítulo introduz a proposta genealógica a partir do percurso apresentado no livro *Apostles of Certainty: Data Journalism and the Politics of Doubt* em que ANDERSON (2018a) mergulha na investigação de movimentos da Era Progressista – especialmente na produção do *Men of Religion Forward Movement (MRFM)* que, nos Estados Unidos do século XIX, adotou práticas de *jornalismo de dados* ao coletar informações quantitativas sob o guarda-chuva de um abrangente programa de pesquisa social. A partir desse foco embrionário, vamos delinear os pontos que tangenciam a emergência do jornalismo de dados, para, por fim, apresentar nomenclaturas em torno dessa prática, que abarca o jornalismo de precisão, a RAC (Reportagem com auxílio do computador) e o jornalismo computacional dentro de um contexto histórico e social.

Técnicas quase jornalísticas, que Anderson (2018a p.21) denomina *social survey reportage* – reportagem para pesquisa social –, embasaram levantamentos sociais realizados em centros urbanos no início dos anos 1900. O método de coleta de dados e estatísticas se constituiu em uma lente própria que permitia a compreensão da sociedade. O interesse crescente em entender as causas da pobreza estimulou movimentos progressistas na busca dos porquês como pré-requisitos *sine qua non* na promoção das mudanças sociais necessárias. O *SSM (Social Survey Movement ou Movimento de Pesquisas Sociais)*, do qual fazia parte o *MRFM*, acredita no peso verídico dos dados quantitativos e no alcance e impacto social da visualização.

A pesquisa social (...) é um fenômeno que se encontra na encruzilhada de uma variedade de caminhos epistemológicos importantes: um impulso progressivo e reformador em segmentos da cultura política dos Estados Unidos, uma crença na importância da coleta de evidências empíricas *in loco*, e uma obsessão por contar e com o poder dos números para iluminar importantes verdades. No momento em que surgia a reportagem para pesquisa social, as fronteiras de uma variedade de

ocupações que geram conhecimento também estavam em fluxo (...) Por décadas, em outras palavras, as linhas divisórias entre jornalismo, reforma social, coleta de dados e ciências sociais eram muito menos sólidas do que eram na parte final do século XX¹⁶⁶ (ANDERSON, 2018a, p.21).

Dentro dessa ótica, o *MRFM* – um movimento religioso engajado nas reformas sociais – vinculou dados quantitativos a métodos jornalísticos com a intenção de aprimorar sua credibilidade a partir da difusão de relatórios nos jornais americanos (ANDERSON, 2018a, p.7). O trabalho de coleta e visualização de dados a partir de “técnicas empíricas, gráficos e mapas” visava a ampliar a mobilização e conquistou significativo espaço na imprensa, em jornais como *The New York Times*, *El Paso Herald* e *San Francisco Call* (ibidem, pp.42-43). Entretanto, Anderson observa que, mais do que publicar visualizações, os jornais mencionavam seu conteúdo em texto.

Em 1895, edições do *New York Times* publicavam matérias com nomes e números em listas em visualização gráfica rudimentar, mas de extrema clareza, que se sofisticaria nas décadas seguintes (ANDERSON, 2018a, p.76). Na Inglaterra, em 1821, o *Manchester Guardian* – embrião do *The Guardian* – já havia publicado reportagem, com uma tabela de dados em formato parecido com a do jornal americano, que revelou o número preciso de crianças atendidas por escolas públicas nas cidades de Manchester e Salford, no norte da Inglaterra – o que dimensionava o tamanho da pobreza (ROGERS, 2013, p.60).

Dois publicações emblemáticas no percurso genealógico traçado por Anderson são o *Survey Graphic* (1923-1952), originalmente destinado a movimentos sociais, que buscou nas visualizações uma forma de desencadear mobilização e ação social – e a revista *Fortune*, considerada precursora do *jornalismo de dados*, ao construir reportagens dentro de um contexto interpretativo que buscava responder a perguntas além do *lead*: o porquê e o significado do acontecimento. Os formatos vinculados ao jornalismo de dados, entretanto, só

¹⁶⁶ Tradução da autora para: *Social survey (...) is a phenomenon that stands at the crossroads of a variety of important epistemological paths: a progressive and ameliorative thrust in segments of the larger US Political culture, a belief in the importance of collecting on-the-ground empirical evidence, and an obsession with counting and with power of numbers to illuminate important truths. At the moment, social survey reportage emerged, the boundaries of a variety of knowledge-generating occupations were also in flux (...) For decades, in other words, the dividing lines between journalism, social reform, data gathering, and social science were far less solid than they were for the most to the later twentieth century.*

foram abraçados de forma mais abrangente pelas organizações jornalísticas a partir de 1980 e 1990 com a evolução tecnológica que favoreceu a publicação de design gráfico mais sofisticado (ANDERSON, 2018a, p.78).

A partir de Hazel Dicken-Garcia, Anderson pontua que, com o surgimento da *penny press*, no final do século XIX – que se vincula à emergência do jornalismo de informação –, houve uma mudança no foco do repórter do registro para a reportagem. Neste sentido, Hazel destaca a valorização do relato em detrimento do registro, o que favoreceu o desenvolvimento de técnicas como o testemunho ocular e a entrevista. Alimentada pela demanda de notícias sobre a Guerra Civil, essa mudança de *ethos* marca a invenção da reportagem a partir de coleta de evidências. Entretanto, o modelo de imprensa orientada por documentos – que atendia a um público urbano interessado em negócios e finanças – nunca deixou de existir no universo da mídia americana (ANDERSON, 2018a, pp.169-170).

No processo de profissionalização que irrompeu com o advento da era moderna, diferente do jornalismo, as ciências sociais firmaram sua legitimidade enquanto ciência exata com foco nas evidências. Neste sentido, Anderson (2018a) observa como o jornalismo de precisão proposto por Philip Meyer marca uma proposta de reaproximação das duas profissões. Aplicar métodos quantitativos das ciências sociais nas rotinas jornalísticas resume a proposição de Meyer, considerado pedra basilar para a reportagem com auxílio do computador (RAC), o jornalismo computacional, o jornalismo de dados e o jornalismo guiado por dados (ANDERSON, 2018a; CODDINGTON, 2018; PARASIE & DAGIRAL, 2013).

Com o recurso de coleta de dados, amostragem e análise, em 1976, Meyer investigou conflitos ocorridos em Detroit com a intenção de identificar o perfil dos manifestantes e suas motivações. A reportagem, publicada no *Detroit Free Press*, apontou que negros do Sul dos Estados Unidos não eram maioria – como aludiam editoriais – e que a falta de emprego, condições precárias de moradia e brutalidade policial se somaram como estopim de revolta e indignação. Uma bolsa de estudos na Universidade de Harvard – *Nieman Fellowship* – permitiu ao jornalista desenvolver métodos das ciências sociais aplicados ao jornalismo com apoio de computador e programação (HOWARD, 2014, p.11). No âmago dessa proposta, incide a mesma motivação do *Social Survey Movement*, ou seja, encontrar os porquês.

Na concepção de Meyer (1973/2002, pp.231-232), o jornalismo de precisão “envolve pouco mais do que a manutenção do papel tradicional do jornalista com apenas uma modesta melhora quantitativa na velocidade e precisão”¹⁶⁷. Na década de 1970, o jornalista americano já enxergava o potencial das bases de dados e do *spreadsheets* (planilhas) nas rotinas de produção, a partir programas como *Lotus* e *Excel*, do ponto de vista da sistematização, cruzamento e recuperação de informação (ibidem, p.86). Reconhecer padrões e evidências documentais e uso de entrevistas apenas como complemento constituem o modelo criado por Meyer (ANDERSON, 2018c, pp.99-100).

Schudson (2010a) observa a influência dessa objetividade científica na emergência da era do repórter, no final do século XIX, quando o jornalismo é influenciado pelos ideais da filosofia positivista, muito antes da invenção do computador. Em 1922, Lippman já havia expressado a relevância das “máquinas de registro” utilizadas na bolsa de valores que asseguravam divulgação de notícias com “precisão confiável” (LIPPMAN, 1922, p.342). A preocupação de Lippman com a ingerência da propaganda na veracidade das notícias se equipara a de Meyer com a falta de objetividade e uma forma de verdade subjetiva que desponta com o jornalismo interpretativo (ou literário). Neste sentido, Anderson (2018a, p.120) destaca que, em oposição a esse estilo conduzido por jornalistas como Tom Wolfe e Gay Talese, o jornalismo de precisão tem “a pretensão ao rigor epistemológico” baseado em “um processo transparente extraído das ciências sociais com hipóteses testáveis”¹⁶⁸.

É o conceito do jornalismo de precisão que embasa a reportagem com auxílio do computador (RAC). A prática emergiu nos final dos anos 1960 a partir de pioneiros como Philip Meyer e Eliot Jaspin, que trabalharam nos jornais americanos *Postville* e no *Republican Herald*, na Pennsylvania, e foram homenageados com o prêmio *Pulitzer*. Com apoio do computador e o recurso da base de dados, os jornalistas podiam cruzar dados acessados publicamente para apurar reportagens. O *CAR* (nome original *Computer-Assisted Reporting*) tornou-se ferramenta nas mãos de jornalistas investigativos (PARASIE & DAGIRAL,

¹⁶⁷ Tradução da autora para: *the precision journalism involves little more than maintenance of the journalist's traditional role with only a modest quantitative improvement in speed and accuracy.*

¹⁶⁸ Tradução da autora para *pretension to epistemological rigor e para transparent process drawn from the social science canon - would posit testable hypotheses.*

2013; COHEN et al., 2011; HOWARD, 2014; FLEW et al., 2012; GRAY et al., 2012).

O conceito da RAC foi adotado pela primeira vez através do uso de computador em reportagens realizadas em 1952, pela TV Americana CBS, para prever o resultado das eleições nos Estados Unidos. A ubiquidade conquistada pelo computador a partir dos anos 1980 mudou a forma de conduzir investigações e resultou em denúncias de grande repercussão a partir de processamento de dados públicos (GRAY et al., 2102). O próprio Meyer (1999) reconhece um certo anacronismo na nomenclatura e tece ironias – “alguém lembra do primeiro repórter que usou telefone? Ele era chamado de repórter com auxílio de telefone?” (MIELNICZUK & GEHRKE, 2017). O jornalista, então, já enxergava o jornalismo em uma “batalha pela sobrevivência” e enfatiza o uso do computador enquanto método:

O que os praticantes do CAR estão buscando - conscientemente ou não - é um padrão mais alto para falar a verdade. Nossa resposta à era da informação tem sido aprender a gerenciar corpos maiores de informação com ferramentas analíticas cada vez mais poderosas, levando a uma definição mais exata da verdade. Acontece que um computador é útil para fazer isso. Mas o computador em si não é o objetivo, nem define o que estamos tentando fazer. Estamos tentando empurrar o jornalismo na direção da ciência (MEYER, 1999)¹⁶⁹.

A agilidade, flexibilidade e autonomia propiciadas pela RAC vieram agregar precisão ao jornalismo investigativo. Cabe ressaltar que a epistemologia dessa prática prevê o relato de fatos sólidos com base em informações minuciosas a fim de confrontar a realidade de forma mais direta e completa (ETTEMA & GLASSER, 1998, p.13). Uma das características da apuração investigativa – que alguns consideram basicamente jornalismo bem feito – é buscar múltiplas fontes e preservar a autonomia, ou seja, não contar essencialmente com informação oficial (ETTEMA & GLASSER, 1998; LOPES & PROENÇA, 2003; SEQUEIRA, 2005; CHRISTOFOLETTI & KARAM,

¹⁶⁹ Tradução da autora para: *What the practitioners of CAR have been after – whether consciously or not – is a higher standard of truth-telling. Our response to the information age has been to learn to manage larger bodies of information with increasingly powerful analytic tools, leading to a more exact definition of truth. As it happens, a computer is helpful in doing that but the computer itself is not the goal, nor does it define what we are trying to do. We are trying to push journalism toward science.*

2015).

Uma das etapas do processo de apuração é definida por Ettema e Glasser (1998) pela categoria “pesando as evidências” que são obtidas a partir de documentos, gravações etc. – “qualquer material que capture e certifique os fatos”¹⁷⁰ (ETTEMAN & GLASSER, 1985, p.194). Um exemplo desse peso foi o *Pentagon Papers* – denúncia oriunda de um funcionário do Pentágono, Daniel Elsborg, que desmascarou ações do governo americano durante a Guerra do Vietnã. O material fornecido à equipe do *New York Times* envolveu um total de 7 mil cópias de um relatório composto por 14 mil páginas. Isso mostra claramente como as práticas investigativas, impulsionadas pela RAC e pelo jornalismo de dados, facilitaram sobremaneira o trabalho jornalístico (COHEN et al., 2011; GRAY, 2012; HOWARD, 2014).

A propósito, em sua história, o jornalismo sempre foi marcado pelas inovações tecnológicas, desde a invenção da máquina de imprensa por Johannes Gutenberg em 1430. A introdução progressiva dos computadores – que culminou seu ciclo nos anos 1990 – rendeu reflexões sobre as mudanças nas rotinas de produção, no *ethos* profissional e na forma como materialidades tem consequências sobre a epistemologia jornalística (DE MAEYER, 2019). Mais do que o simples uso do computador, como observou Philip Meyer, seu potencial enquanto ferramenta para agregar e analisar dados impulsionou as técnicas de apuração e investigação. A evolução para o ambiente da web acelerou a capacidade de coletar dados, que fecundou o solo para a prática do jornalismo de dados (HOWARD, 2014; GRAY, 2012; PARASIE & DAGIRAL, 2013; FLEW et al., 2011)

A RAC situa-se dentro do guarda-chuva do jornalismo de precisão e do jornalismo guiado por dados (HOWARD, 2014, p.11). Na conferência anual do NICAR (*National Institute for Computer-Assisted Reporting*) realizada em Baltimore, em 2014, que reuniu cerca de mil profissionais, David Kaplan, um expoente do jornalismo investigativo, adotou o termo *jornalista de dados*, que foi usado como identificação por vários participantes (ibidem). O programa NICAR foi criado em 1989 pelo *Investigative Reporters Editors* (IRE) com a intenção de fomentar jornalismo de excelência, especialmente no que diz respeito ao jornalismo

¹⁷⁰No original: *anything that captures the facts, that certifies the facts.*

de dados¹⁷¹. Desde 1994, o IRE oferece *Data Journalism Bootcamps*, que são cursos para ensinar a montar planilhas e SQL (*Structured Query Language*¹⁷²), a programação mais comum usada para coletar e armazenar dados. No Brasil, a ABRAJI – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo – oferece cursos de formação em jornalismo de dados.

Ao traçar a linha do tempo do jornalismo de dados, autores convergem na percepção da importância do trabalho de Adrian Holovaty, jornalista e programador americano que aplicou no jornalismo os dados estruturados e ajudou a difundir a nomenclatura (CODDINGTON, 2015). Fundador da *EveryBlock* – uma plataforma que conecta vizinhanças, Holovaty inspirou a criação do *PolitiFact*, que faz *fact-checking*¹⁷³, e ganhou o prêmio Pulitzer em 2009. Nesse mesmo ano, a partir de dados estruturados extraídos do site do Parlamento do Reino Unido, o jornal *The Guardian* criou o *Datablog*¹⁷⁴, uma página destinada a reportagens de dados, ao publicar matéria em que a visualização revelava despesas de ministros britânicos. Em 2010, o jornal britânico iniciou a publicação do *War Logs*, a partir do vazamento de dados secretos sobre as guerras no Iraque e Afeganistão e de documentos diplomáticos americanos (*Cablegate*) liderado pelo site Wikileaks, do *hacker* e jornalista Julian Assange (LEIGH & HARDING, 2011).

Quatro anos depois do início da série de reportagens *War Logs*, uma nativa digital americana, o *FiveThirtyEight*, de Nate Silver, ganhou grande notoriedade e evidência ao produzir reportagens de dados quando jornais tradicionais como o britânico *The Guardian*, os americanos *New York Times* e *Washington Post*, o canadense *The Globe* e o argentino *La Nación* já investiam neste segmento (HOWARD, 2014; GRAY, 2012). Organizações sem fins lucrativos, como a americana *ProPublica* e o britânico *The Bureau of Investigative Journalism*, surgiram nessa esteira com propostas de dados abertos. Howard (2014, p.8) pontua

¹⁷¹ Disponível em <https://www.ire.org/about-ire/>. Acesso em 6 nov. 2021.

¹⁷² *Structured Query Language*, ou Linguagem de consulta estruturada, é uma linguagem de consulta a banco de dados declarativa, ou seja, requer menos conhecimento ou aprendizado do que linguagens procedurais. Uma consulta SQL indica o resultado e não a forma como chegar a ele. Foi criada pela IBM nos anos 1970 e uniformizada pela ANSI (*American National Standards Institute*) em 1986.

¹⁷³ As entrevistas conduzidas com dezesseis jornalistas para realização da pesquisa evidenciaram a forte ligação do jornalismo de dados com o processo de *fact-checking* no que tange à questão da relevância da verificação. Ver capítulo 4.

¹⁷⁴ A página atual é nomeada *Data* e traz reportagens com dados abertos. Disponível em <https://www.theguardian.com/data>. Acesso em 5 nov. 2021.

como o crescimento exponencial da dataficação na sociedade e o surgimento de novas ferramentas expandiram a adoção do jornalismo guiado por dados nas redações.

No Brasil, os jornais Estado de S. Paulo e Zero Hora criaram, em 2012, respectivamente, o *Estadão Dados* e o *ZH Dados*. O Globo mantém uma seção que reúne infográficos, com alguns dados abertos, depois de descontinuar o projeto *Na Base de Dados*¹⁷⁵. Gray, Bounegru e Chambers (2012) focalizam o trabalho do *Amigos de Januária*, realizado por um grupo de jornalistas cidadãos, moradores da cidade brasileira no norte do país, que treinou e aprendeu a fazer jornalismo de dados. *Agência Pública* e *Gênero e Número* surgiram na esteira dessa onda de popularização. Fundada em 2015, a *Fiquem Sabendo* é uma agência de dados independentes especializada na Lei de Acesso à Informação (LAI), que recebeu o *Prêmio Claudio Weber Abramo de Jornalismo de Dados*¹⁷⁶, criado em 2019.

A LAI e sua versão estrangeira *Freedom of Information Act – FOIA*, aqui expressa na forma simplificada *FOI*¹⁷⁷ também constituem um fator que contribuiu para a propagação do jornalismo de dados. Muitas características inerentes ao uso da LAI – confecção de planilhas e análise de padrões e estatísticas – se entrelaçam com as práticas do jornalismo de dados e inspiraram o pensamento computacional (HEWETT, 2017, p.11). Premiada com o *Data Journalism Award do Global Editors Network* em 2017, a reportagem do *The Globe Unfounded* é um exemplo. Foi feita a partir de 250 requerimentos via *FOI*, que somaram dados de 873 jurisdições policiais canadenses e apontaram a forma como a polícia do Canadá descartava uma entre cada cinco alegações de abuso sexual sob o rótulo de “infundada” (HERMIDA & YOUNG, 2019, p.50).

¹⁷⁵ O blog *Na base de dados*, de O Globo, que oferecia acesso a dados de algumas reportagens de dados foi descontinuado. Informações via email de Marlen Couto – repórter de O Globo e um dos responsáveis pelo blog (19 jul. 2021). Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/>. Acesso em 19 jul. 2021.

¹⁷⁶ O *Prêmio Claudio Weber Abramo de Jornalismo de Dados* foi criado com o objetivo de “incentivar a excelência no uso de dados e fortalecer este campo de trabalho e a democracia brasileira”. Disponível em <https://premio.jornalismodedados.org/edicao-2019/>. Acesso em 24 abr. 2021.

¹⁷⁷ O *Freedom of Information Act (FOIA)* foi aprovado, nos Estados Unidos, em 1966, e determina o fornecimento de dados públicos armazenados por órgãos públicos (SCHUDSON, 2015). No Reino Unido, o FOIA em vigor hoje foi editado pela primeira vez em 2000. No Brasil, a LAI (Lei de Acesso à Informação) entrou em vigor em 18 de novembro de 2011 e assegura, portanto, transparência pública e prestação de contas (*accountability*). Qualquer cidadão, com respaldo nestas legislações, pode enviar pedidos de informação de dados que não estejam abertos ao público. A legislação brasileira está disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acesso em 7 nov. 2021.

Na materialização do jornalismo de dados enquanto prática, compreendemos que o armazenamento de informação oficial digitalizada em bancos de dados, e publicada em portais de transparência, é outro elemento constituinte dessa guinada computacional, uma visão compartilhada por Anderson (2018a) e Rogers (2013). A abertura de dados oficiais em páginas como *data.gov*, *gov.br* ou *gov.uk* se mostra de suma relevância na alavancagem desse processo. Simon Rogers (2013, p.30) sublinha a importância do lançamento, em 2009, do portal de transparência americano pelo então presidente Barack Obama com 378.529 dados brutos.

Ao discorrer sobre o pensamento computacional, Flew et al. (2012, p.158) recorre a Wing para estabelecer que essa perspectiva presume métodos baseados mais “na conceituação do que na programação”. É a capacidade de abstração em diferentes níveis que permite solucionar problemas; na prática, a inteligência computacional desenvolvida pela ciência da computação aprimora gestões de coleta e criação de conhecimento dentro de sistemas mais complexos (ibidem). Por isso, Flew et al. (2012, pp.159-160) destacam que as técnicas computacionais melhoram a qualidade do processo de investigação e possibilitam identificação de padrões com mais precisão a partir do cruzamento de dados obtidos com maior velocidade de busca e recuperação.

A transformação em notícia do vazamento promovido pelo *Wikileaks* não seria possível fora dessa perspectiva. O *War Logs* revelou 109.032 mortes registradas desde 2003 entre as quais 66.081 civis (LEIGH & HARDING, 2011, p.130)¹⁷⁸. Apenas sobre incidentes ocorridos na guerra no Iraque, foram identificados 391 mil documentos entre 2004 e 2009 (ROGERS, 2013). A cobertura – uma parceria entre *The Guardian*, *Der Spiegel*, *New York Times*, *El País*, *Le Monde* e *Wikileaks*, começou com uma pergunta: “Você é bom com planilhas, não é?” (ROGERS, 2013, p.70). Um time que incluiu desenvolvedores criou um banco de dados simples a partir do qual os repórteres facilmente acessavam informação para criar histórias (ibidem). No livro *Wikileaks: inside Julian Assange’s War on*

¹⁷⁸ A recém-fundada agência *Bureau of Investigative Journalism* – que posteriormente mudaria o nome para *The Bureau of Investigative Journalism* – publicou extensa cobertura sobre o vazamento em colaboração com o *Wikileaks*. No Brasil, a Agência Pública também firmou parceria com o *Wikileaks* para publicação de uma série de reportagens – projeto que está na base da proposta de criação da organização, em 2011. Um ano antes, Natália Viana, diretora da Pública, fez parte da equipe que trabalhou com Assange, na Inglaterra, na sistematização dos dados coletados pelo vazamento (VIANA, 2021).

Secrecy, Luke Harding e David Leigh do *The Guardian*¹⁷⁹ – que contaram com Nick Davies na cobertura do caso, descrevem a dimensão do vazamento que funcionou como um divisor de águas:

O tamanho absoluto era avassalador. Se o minúsculo stick de memória (...) fosse um conjunto de textos impressos, teria constituído uma biblioteca com mais de 2.000 livros de tamanho considerável. Nenhum humano teria tentado escrever tanto antes do advento da era digital: nenhum espião teria sido capaz de despejar cópias de tantos papéis sem usar um caminhão, e nenhum humano seria capaz posteriormente de analisá-los sem gastar meia vida na tarefa (LEIGH & HARDING, 2011, p.140)¹⁸⁰.

A atuação do *hacker* Julien Assange¹⁸¹ no vazamento do *Wikileaks War Logs* revela outro fator preponderante na expansão do jornalismo de dados: a influência do movimento do *software livre* e da cultura *hacker* na constituição de *ethos* que se associa aos jornalistas de dados. Uma experiência precursora foi a do grupo americano *Hacks/Hackers*¹⁸², fundado em 2009, por jornalistas que se autodenominavam uma comunidade digital interessada em reunir *hackers* capazes de filtrar e visualizar informações. O movimento angariou apoio de instituições como a *Columbia University* e o *National Institute for Computer Assisted Reporting* (NICA). De acordo com Lewis e Usher (2014), o crescente interesse em criar narrativas a partir de dados gerou uma demanda por expertise tecnológica e iniciativas como o *Hack Days*, organizado pelos jornais *New York Times*, *Guardian*

¹⁷⁹ Leigh foi um dos coordenadores da cobertura ao lado de Nick Davies, do jornal *The Guardian*. Enquanto *The Guardian* e *Der Spiegel* decidiram publicar o link para o *Wikileaks* no jornal, oferecendo acesso aos dados, o *New York Times* optou por manter a fonte no anonimato. Toda a informação permanece acessível no site do *Wikileaks* (LEIGH & HARDING, 2011). Entretanto, o link no *The Guardian*, atualmente, direciona o leitor para a página principal da série de reportagens.

¹⁸⁰ Tradução para: *The sheer bulk was overwhelming. If the tiny memory stick containing the cables has been a set printed texts, it would have made up a library containing more than 2.000 sizeable books. No human diplomats would have attempted to write so much down before the coming of the digital age: if written down, no human spy would have been able to pourloin copies of the much paper without using a lorry, and no human would have been able subsequently to analyse it without spending half a lifetime at the task.*

¹⁸¹ Julian Assange encontra-se preso na prisão de Belmarsh, Inglaterra, aguardando sentença sobre possível extradição para os Estados Unidos por obtenção e divulgação de documentos militares e diplomáticos secretos relacionados às guerras do Iraque e Afeganistão. Se condenado nos Estados Unidos, pode receber sentença de 175 anos. Disponível em <https://dontextraditeassange.com/>. Acesso em 7 jul. 2021.

¹⁸² O *Hacks/Hackers* tornou-se a maior organização do gênero. Em janeiro de 2014, possuía mais de 75 grupos baseados em cidades ao redor do mundo e mais de 23 mil membros conectados em plataformas digitais que se reuniam em *hack days* e compartilhavam conhecimento (LEWIS & USHER, 2014).

e *The Globe*, e resultou em alguns conceitos, como o de *hacking social* – acesso a informações restritas ou a um espaço físico sem a devida permissão.

Com o objetivo de estimular o trabalho colaborativo, os encontros do grupo promoviam interlocução sobre rotinas como mineração de dados entre jornalistas, desenvolvedores de *software*, designers e outros. Em abril de 2011, o *Hacks/Hackers* de Buenos Aires, na Argentina, organizou uma maratona de 30 horas em Rosário com a intenção de desenvolver uma mapa interativo com dados relevantes sobre a ditadura militar no país (GRAY, 2012).

O *The Bureau of Investigative Journalism* (TBIJ) também organizou este tipo de evento ao redor do Reino Unido: o *The Big Council Budget Hack*¹⁸³, que aconteceu no dia 3 de fevereiro de 2018, mobilizou profissionais multimídia para elaborar estratégias de coleta de dados sobre o orçamento dos conselhos estaduais britânicos.

Vale ressaltar que, quando inventou a *world wide web* (*www*) em 1992, o físico Tim Bernes-Lee se ancorou no programa *Enquire*, encorajado pela parte da comunidade da internet que partilhava aspirações da contracultura (WU, 2012). Depois, a versão do sistema de hipertexto *www*, que permitia obter e acrescentar informação para qualquer computador conectado à internet, sofreu modificações de *hackers*¹⁸⁴ (WU, 2012). O surgimento, no final dos anos 1990, de programas de compartilhamento de arquivos *peer-to-peer* (*P2P*), como *Napster*, *Gnutella* e *KaZaa*, aprimorou os modelos de distribuição de conteúdo em rede (BRUNS, 2005). E, em 2010, o próprio Berners-Lee chegou a afirmar que o futuro estava no jornalismo de dados (GRAY et al., 2012; HOWARD, 2014).

A filosofia do código aberto e da partilha está na base da cultura *hacker* e do movimento do *software livre*. Essa mentalidade está, a nosso ver, intrinsecamente embutida no ideário da partilha de dados com o leitor. A cultura *hacker* nasce da autonomia propiciada pela interconexão de computadores e está

¹⁸³ O termo *hacking* possui a conotação de acesso a dados de forma não autorizada, mas os *hackathons* buscavam desenvolver formas legais de coleta de dados com chamadas públicas (TBIJ). Disponível em <https://twitter.com/bureauofjournalism/status/951028054196879363>. Acesso em 1 out. 2019.

¹⁸⁴ Richard Stallman, fundador da *FSF* (*Free Software Foundation*) salienta que o termo *hacker*, originalmente, se referia àqueles que alteravam programas e sistemas com o único intuito de aperfeiçoá-los (MARTINS, 2014; GILLMOR, 2006). A conotação depreciativa decorreu de acordos sigilosos impostos aos usuários em função de termos de venda e comercialização de novas gerações de *software*; acordos que significavam, na sua essência, a exclusão da “comunidade cooperativa” por conta da imposição de *softwares* com fins lucrativos (JONES & SALTER, 2003).

associada a um conjunto de valores e crenças que despontou no trabalho de colaboração criativa entre programadores de computador (CASTELLS, 2001, p.38). Pesquisa etnográfica realizada por Träsel (2014, p.182) com jornalistas de dados do Estadão Dados revelou profissionais que acreditam no “cooperativismo e na tecnofilia típicos da cibercultura” mas identificados com o *ethos* jornalístico convencional calcado no “valorização da objetividade” (sobre objetividade, ver subcapítulo 2.4).

Um momento emblemático de partilha profissional foi o *Panama Papers*, reportagem colaborativa conduzida pelo ICIJ (*International Consortium of Investigative Journalism*) que contou com a participação de mais de uma centena de profissionais de 107 veículos de comunicação e trouxe à tona operações ilícitas em paraísos fiscais que envolviam políticas e figuras públicas em países como Brasil, China, Reino Unido, França e México. A cobertura a partir do vazamento de 11,5 milhões de registros financeiros levou à renúncia dos primeiros-ministros da Islândia e Afeganistão. Nas primeiras semanas, 72 reportagens produzidas pelo ICIJ foram acessadas por mais de 80 milhões de pessoas espalhadas em 200 países. Em 2021, outra empreitada envolveu 600 profissionais no vazamento batizado de *Pandora Papers*, também conduzido pelo ICIJ. Os documentos secretos atuais e ex-líderes mundiais e pelo menos 330 políticos mantêm operações ilegais em empresas de fundo secretas. O trabalho colaborativo em ambas as coberturas aponta uma das características que perpassam a rotina do jornalismo de dados e evidencia seu potencial em promover transparência.

Entre os próprios profissionais, entretanto, há discordância sobre o que é ser jornalista de dados ou mesmo sobre o que é jornalismo de dados – uma constatação que ficou evidente nas entrevistas realizadas para a pesquisa desta tese e que é corroborada por pesquisadores do campo. Fink e Anderson (2015, p.470), por exemplo, defendem que “o jornalismo de dados é, em última análise, um termo profundamente contestado e simultaneamente difuso”. Já Hermida e Young (2019, p.35) atestam que pelo menos nove termos foram listados por pesquisadores austríacos na tentativa de esgotar o assunto: *jornalismo guiado por dados*, *reportagem guiada por dados*, *reportagem com auxílio de computador*, *jornalismo de base de dados*, *jornalismo quantitativo*, *jornalismo computacional* e *jornalismo algorítmico*.

Se a modernidade produziu forte impacto em conceitos como objetividade, Deuze (2008) atrela esse ambiente de contestações introduzido pela “modernidade líquida” à fluidez na classificação do que é jornalismo de dados. Coddington (2015, p.337) tentou esgotar a imprecisão a partir de uma proposta que dissocia a RAC de seus “primos” contemporâneos. Enquanto considera a reportagem com auxílio do computador intrinsecamente ligada às Ciências Sociais, Coddington (2015, 2018) funda o jornalismo computacional em processos de abstração e automação da informação e caracteriza o jornalismo de dados a partir da prática da análise de dados e apresentação dessa análise. No jornalismo guiado por dados, por sua vez, a pauta surge da entrevista aos dados (PARASIE, 2016; TRÄSEL, 2013). Mas as entrevistas mostraram que essas derivações confundem os próprios jornalistas.

A reportagem *As cidades que mais matam mulheres no Brasil*¹⁸⁵, da Agência Pública, feita por Andrea Dip e Bruno Fonseca, por exemplo, não está na seção *Dados*. Embora tenha partido de uma consolidação de dados, apresente vários gráficos e nota metodológica, mas foi classificada e inserida na seção *Reportagem*. Andrea assina outra matéria sobre o assunto, que foi apurada *in loco* em Ananindeua, no Pará – a cidade mais violenta para mulheres. Muitas matérias publicadas na seção *Dados* da Pública são complementadas com entrevistas com especialistas e personagens, um critério que poderia sugerir a diferença, mas na prática mostra uniformidade de método em boa parte do material publicado nas duas seções.

Ele (Bruno) levantou esses dados. Eu fui até Ananindeua, a cidade mais violenta, e fui tentar entender esse dado, fui tentar deixar vivo esse dado. Fui conversar com as pessoas, ouvir as mulheres, ver as políticas públicas. Ver as condições socioeconômicas do lugar. (...) não tenho clara essa definição na minha cabeça, o que é uma reportagem de dados. Não sei se uma reportagem de dados necessariamente só traz um fartão de números. (...) Lógico que tem uma diferença que é principalmente o trabalho de campo. Mas a origem das duas reportagens foi a mesma. Eu consigo entender essa diferença entre essa matéria (link na nota de rodapé) e a outra (...) que também conta histórias, que traz depoimentos, especialistas (...) e personagens. Existe diferença sim, mas acho que é possível fazer as duas coisas juntas e inclusive gosto muito quando eu junto esses esforços (DIP, 2021).

¹⁸⁵ Disponível em <https://apublica.org/2017/10/as-cidades-que-mais-matam-mulheres-no-brasil/>. Acesso em 30 set. 2020.

Enquanto Wing acredita que o pensamento computacional significa pensar como um cientista da computação (WING apud ANDERSON, 2018c, p.140), nossa compreensão é a de que o jornalismo de dados requer, sim, uma mentalidade voltada para diferentes processos baseados em um amálgama entre jornalismo e tecnologia. Mas, em seu cerne, mostra-se fortemente entrelaçado à rotina da investigação que busca trazer à tona relatos precisos. Essa mentalidade está, a nosso ver, intrinsecamente embutida no ideário da partilha de dados com o leitor presente na cultura hacker que prima pela proposta da transparência.

No percurso genealógico que entabulamos a partir de ANDERSON (2018a), destacamos nossa percepção de que o rigor e a transparência perpassam a evolução das técnicas de apuração relacionadas ao jornalismo de dados. A datificação da sociedade e a publicização de informações digitalizadas em bases de dados servem de combustível que estimula as diversas nomenclaturas existentes neste campo profissional. A partir das ideias aqui apontadas, no próximo subcapítulo, focaremos as práticas sob o ponto de vista epistemológico. A intenção é revelar como essa “especialidade” (HERMIDA & YOUNG, 2019) tangencia conceitos como rigor, metodologia e objetividade.

3.3. A epistemologia do jornalismo de dados

Ao estabelecer a epistemologia do jornalismo investigativo, Ettema e Glasser (1989) buscaram empreender um estudo sobre o que qualifica esta prática como tal – em suma, como os jornalistas investigativos reivindicam uma mestria e como isso afeta sua rotina de trabalho. Uma vertente da filosofia, a epistemologia pressupõe a legitimação de um conhecimento específico, seus limites e delimitações; é o estudo de processos cognitivos e de metodologias que fundam um saber (ABBAGNANO, 2007). A premissa de que o jornalismo é uma forma de conhecimento, como define Park (1966), instiga reflexões sobre a reconfiguração de procedimentos e regras sob a luz do pensamento computacional.

Compreendemos, como estabelece Gynnild (2014, p.715), que a “exploração computacional do jornalismo” (CEJ – *Computational Exploration in Journalism*) dá sustentação a um fenômeno que traz um espectro de nomenclaturas e fomenta o surgimento de um campo específico de pesquisas. Isso é facilmente constatável pela disseminação de estudos sobre jornalismo computacional

(GYNNILD, 2014; CODDINGTON, 2018, 2015; COHEN et al., 2011; FLEW et al., 2011; MANCINI & VASCONCELOS, 2016); jornalismo guiado por dados (TRÄSEL, 2013; PARASIE & DAGIRAL, 2013; GEHRKE, 2018a; HOWARD, 2014) e jornalismo de dados (BORGES-REY, 2017; FINK & ANDERSON, 2015; GRAY, 2014; HERMIDA & YOUNG, 2019; BRADSHAW, 2017; CANAVILHAS et al., 2016).

Nossa revisão bibliográfica mostrou que, mesmo entre autores que discorrem sobre jornalismo computacional, emerge, de forma recorrente, uma metodologia: coleta de dados, processamento, análise e visualização dos dados (FLEW et al., 2011; COHEN et al., 2011). Em 2015, Coddington constatou que o termo *jornalismo computacional* aparecia mais utilizado entre estudiosos, enquanto *jornalismo de dados* vinha sendo mais adotado no campo profissional. Ao empregar o método da transparência a partir do acesso ao material bruto da reportagem (documentos, planilhas, google docs), compreendemos e propomos que o *jornalismo de dados abertos* (JDA) é mais uma nomenclatura dentro do segmento abrangente do jornalismo de dados.

Embora a maioria dos entrevistados rechace o termo *jornalista de dados* (ver estudo de caso), foi esta a nomenclatura que adotamos na pesquisa aqui relatada. E é este termo a que se referem, de forma direta, estudos mais recentes, como os dos seguintes autores: Stray, 2014; Gray, 2012; Rogers, 2013; Lewis & Usher, 2014; Fink & Anderson, 2015; Felle, 2016; Hewett, 2016; Loosen, et al., 2015; Ojo & Heravi, 2017; Bucher; 2017; Bradshaw, 2017; Anderson, 2018a; Borges-Rey, 2017; Hermida & Young, 2019; Heravi et al., 2021.

Em latim, a palavra *data* significa dado no sentido de *fato*, e hoje descreve algo que pode ser gravado, analisado e reorganizado (MAYER-SCHONBERGER & CUKIER, 2013, p.78). Os processos de quantificação que originaram na datificação da sociedade presumem a transformação dos dados em valor através de mecanismos de coleta que estão disponíveis a uma plêiade de autores, de grandes corporações, como o Facebook, a *hackers*, ativistas e jornalistas (MEJIAS & COULDRY, 2019). No universo do jornalismo de dados, coletar e analisar dados tem como finalidade última a construção de narrativas. É dentro desse contexto que, neste trabalho, procuramos analisar suas práticas no que concerne à construção de evidências e, por conseguinte, de informação credível e de qualidade.

No princípio, o computador. Depois, os bancos de dados. Esse binômio

criou as condições favoráveis à prática do que o mentor do jornalismo de precisão, Philip Meyer, nos anos 1970, chamou de *Computer-Assisted Reporting* ou Reportagem com Auxílio de Computador (RAC - ver subcapítulo 3.2). Fundamentada em métodos estatísticos oriundos das ciências sociais, a RAC tem a coleta de dados e a análise estatística como princípios (CODDINGTON, 2015, p.334). É esse *modus operandi* orientado por dados, como assinala, Coddington, que semeia o terreno para futuras abordagens modernas como *jornalismo de dados* (JD) e *jornalismo computacional* (ibidem). O jornalismo guiado por dados desloca a liderança do repórter para a base de dados com a perspectiva de revelações a partir da base de dados pesquisada (PARASIE & DAGIRAL, 2013; PARASIE; 2015).

Em sua origem, a epistemologia do JD vem, portanto, da filtragem e armazenamento de dados brutos, que para Flew (2011, p.159) vão além de registros numéricos e estatísticos, incluem “arquivos de texto, áudio, fotográfico e vídeo”. A informação é gerada a partir da extração, categorização e amplificação, com uso de processos e técnicas computacionais, que permitem alcançar “padrões e resumos precisos” (ibidem). As fontes dos jornalistas de dados incluem portais de transparência, bancos de instituições ou ONGs e dados obtidos via Lei de Acesso à Informação (LAI) e *Freedom of Information* (FOI) organizados em planilhas Excel para posterior análise. Esses processos podem ser realizados por máquinas ou humanos, mas, como assinala Flew (ibidem), “a informação que é gerada a partir dos dados não pode ser separada das relações sociais e referências culturais que lhe dão sentido e valor”¹⁸⁶.

Usar abstração e decomposição para lidar com tarefas complexas com mesmo sem pleno domínio e conhecimento sobre cada detalhe do sistema faz parte do pensamento computacional (WING, 2006). Envolve uma mentalidade inovadora e curiosa disposta a trilhar um amálgama de dimensões lógicas, algorítmicas e científicas” (GYNNILD, 2013, p.723). Como pontua Bucher (2017), compreende-se que a junção de computação e jornalismo resulte em uma forma quantificável ou algorítmica de jornalismo. No mundo da computação, qualquer operação é reduzida a um algoritmo – uma sequência para execução de uma tarefa – e qualquer objeto é transformado em estrutura de dados

¹⁸⁶ Tradução da autora para: *the information that is generated from data cannot be separated from the social relationships and cultural references which give it meaning and value.*

organizados de forma eficiente para uma busca (MANOVICH, 2001, p.179)¹⁸⁷. Dentro dessa perspectiva computacional, portanto, surgem vertentes como *jornalismo algorítmico*¹⁸⁸, *de automação* ou *jornalismo robô* (ANDERSON, 2013; HAMMOND, 2017)¹⁸⁹.

Muitas organizações jornalísticas montaram equipes multimídias com programadores – alguns denominados *programadores-jornalistas* – para adentrar no território do jornalismo de dados (PARASIE, 2015; CANAVILHAS, 2016). Mais do que saber programar o pensamento computacional, indaga Wing (2006, p.33): “o que os seres humanos podem fazer melhor do que os computadores?” e “o que os computadores podem fazer melhor do que os seres humanos?”. Jornalista com mestrado em Ciência da Computação, Charles Boutaud, editor de dados no *The Bureau of Investigative Journalism*, expressa a mesma visão:

No Bureau, os jornalistas podem me dizer o que eles querem, a partir das investigações, e eu facilito isso com minhas habilidades técnicas. Às vezes, você acha que todo jornalista precisa saber raspar os dados. É uma habilidade muito útil para que você possa trabalhar principalmente com dados. Mas a resposta curta, se sim ou não, eu diria não. Você precisa estar receptivo à ideia de dados, precisa ser capaz de reconhecer quando há uma oportunidade de trabalhar com dados, precisa estar disposto a interagir com as pessoas que trabalham com dados em sua redação (BOUTAUD, 2019).

Numa tentativa de delimitar epistemologicamente o jornalismo de dados a partir do olhar profissional sobre práticas e métodos, foram realizados estudos de campo no Brasil, Portugal, Bélgica, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos (TRÄSEL, 2014; LEWIS & USHER, 2014; APPELGREN & NYGREN, 2014; FINK & ANDERSON, 2015; BUCHER, 2017; CANAVILHAS et al., 2016; BORGES-REY, 2017). O estudo sueco aponta que o JD é um método de trabalho

¹⁸⁷ Listas de links e gráficos são exemplos de estruturas de dados, algoritmos e estruturas de dados têm relação simbiótica. Quanto mais complexa a estrutura de dados de um programa de computador, mais simples o algoritmo necessita ser e vice-versa (MANOVICH, 2001, p.180).

¹⁸⁸ O projeto *Quakebot*, lançado em 2014 pelo jornal *Los Angeles Times*, chamou atenção para o jornalismo algorítmico. O veículo desenvolveu um aplicativo para relatar, em tempo recorde, informações sobre terremotos a partir de dados fornecidos pelo U.S. Geological Survey (HAMMOND, 2017, p.413). A página continua ativa no *L.A.Times* com acesso apenas para assinantes.

¹⁸⁹ Para informações mais aprofundadas sobre jornalismo algorítmico ver Anderson, C. W. *Towards a Sociology of Computational and Algorithmic Journalism. New Media and Society*, 2013, pp.1005 a 1021 ou Primo A & Zago G (2015) *Who and what do journalism? Digital Journalism* 3(1): 38–52.

para atribuir sentido a dados brutos (APPELGREN & NYGREN, 2014), mesma conclusão da pesquisa realizada por Bucher (2017) com jornalistas dinamarqueses e noruegueses. Entre os profissionais suecos, surgiram discordâncias acerca do título *jornalista de dados* – a exemplo do que inferimos a partir das dezesseis entrevistas realizadas para a pesquisa – que apontam resistência de alguns profissionais, embora todos reconheçam o potencial do JD enquanto ferramenta.

Se na Suécia a adesão se mostrou maior entre os repórteres que usavam RAC, na pesquisa realizada por Fink e Anderson (2015), boa parte dos profissionais expôs semelhante familiaridade com a RAC através da ligação com o programa NICAR – *National Investigative Computer-Assisted Reporting* (ver subcapítulo 3.2). A percepção da potencialidade do jornalismo de dados compeliu os profissionais a aderirem ao JD, mas a maioria reconheceu a necessidade de desenvolver habilidades específicas. Os noruegueses e dinamarqueses expressaram a concepção de que as máquinas não possuem “*fingerspitzengefühl*”, ou seja, “sentimentos profundamente intuitivos que somente os humanos possuem” (BUCHER, 2017, p. 924).

O hibridismo profissional onde convivem “tecnoatores” foi destacado na pesquisas de Canavilhas, Santuf, Luna, Torres, Baccin e Marques, em seis redações online em Portugal e no Brasil – incluindo o jornais Zero Hora, O Globo e Diário do Nordeste – a partir de um total de dezessete entrevistas. Fink e Anderson, nos Estados Unidos, ouviram 23 jornalistas de dados em jornais e em nativas digitais e definiram um leque de títulos que corrobora a realidade híbrida e multimídia das equipes que atuam no segmento do JD: *editor de base de dados*, *editor de notícias interativas*, *editor de design infográfico* e *especialista em Reportagem com Auxílio de Computador*¹⁹⁰, enquanto outros possuíam título que não sugeria nenhuma relação com JD.

A pesquisa realizada no Brasil e em Portugal demonstrou que, na hierarquia das redações, repórteres e editores tinham predomínio sobre designers e programadores; estes, por sua vez, percebiam uma distância geracional e o melhor entrosamento com aqueles que tinham habilidades tecnológicas (CANAVILHAS et al., 2016). Outra diferença percebida por parte dos “tecnoatores” é uma visão,

¹⁹⁰ Tradução da autora para: *database editor*, *interactive news editor*, *infographic design editor*, *Computer Assisted Reporting Specialist*.

entre os repórteres, que privilegia o texto em detrimento do visual (ibidem). Na pesquisa de campo realizada junto à comunidade *Hacks/Hackers*, que reúne jornalistas e desenvolvedores (ver capítulo 3.2), Lewis e Usher (2014) observaram diferentes ritmos como outra distinção: jornalistas mais interessados em histórias pontuais enquanto o segmento multimídia – composto por *hackers* e desenvolvedores – preocupado em elaborar, a médio e longo prazo, sistemas de software.

Pesquisa de campo realizada na Escócia, Irlanda do Norte e País de Gales, no Reino Unido, o estudo de Borges-Rey (2017) evidenciou a dualidade em que transitam os profissionais neste segmento. Borges-Rey salienta que “epistemologicamente falando”, os profissionais se guiam por dois paradigmas. Enquanto um relaciona o JD à produção de narrativas obtidas a partir de evidências quantificáveis com posterior contextualização junto a fontes complementares, outro associa o JD a uma combinação de lógicas jornalísticas e computacionais que traz *insights* a partir dos dados estruturados em planilhas. A esse respeito, Ritu Agarwal e Dhal (2013) destacam:

Quando dados são reunidos em uma escala que observa cada parte das distribuições conjuntas da variável observada (comportamentos, dados demográficos etc.), o computador se torna uma máquina ativa de fazer perguntas, em oposição a um servidor analítico puro. Ao iniciar questões interessantes e redefini-las sem a intervenção humana ativa, ele se torna capaz de criar novos conhecimentos e fazer descobertas próprias (AGARWAL & DHAL, 2014, p.444).

Ao refletir sobre aspectos do jornalismo guiado por dados, Parasie e Dagiral (2013) compreendem que, a partir da perspectiva exemplificada por Agarwal e Dhal (2014), esse modelo epistemológico pressupõe que os dados e estatísticas combinados revelam histórias que não podem ser descobertas a partir da percepção individual do jornalista, ou seja, a história está escondida nas planilhas. Nas redações, cunhou-se a expressão “torturar os dados” quando o repórter opera nessa lógica de arrancar informação da base de dados. Maeve McChenagh, repórter da editoria *Bureau Local* do *The Bureau of Investigative Journalism*, explicita sua visão:

Nosso trabalho como jornalistas é interrogar dados e torná-los relevantes para a vida das pessoas. Portanto, muito do que fazemos no *Bureau Local* como jornalistas locais é realmente

investigar o que os dados significam nesse contexto. Frequentemente, uma história que interessa ao Reino Unido pode não ser relevante localmente. Acho que interrogar e traduzir esses dados em nível local é muito importante. E com os números traçados, as peculiaridades às vezes são mais interessantes (McCLENAGHAM, 2019).

Parasie sublinha que esse paradigma *data-driven* traz tensionamento no que tange à orientação *hypothesis-driven*, que é guiada por uma hipótese. O autor sustenta que a epistemologia da RAC se apoia na crença de que “os dados não têm valor jornalístico por si próprios” e não desloca a liderança do jornalista para a base de dados. Como uma ferramenta adotada por repórteres investigativos, a RAC se ampara na epistemologia do jornalismo investigativo fundamentada por Ettema e Glasser (1985, 1998). Embora o profissional recorra aos dados como aliados, ele possui o faro e parte em busca de múltiplas fontes e documentos, em um esforço que “reflete organizacionalmente regras de evidência sancionadas” (ETTEMA & GLASSER, 1998, p.48). Na RAC, engloba entrevistas e verificação – rotinas que fazem parte da episteme investigativa.

Ao analisar o procedimento da equipe que realizou a cobertura premiada com o Pulitzer, *On shaky ground*, Parasie (2015) observou o embate entre dois polos paradigmáticos. A coleta de dados em planilhas realizada pelos repórteres do *Center of Investigative Reporting (CIR)*, de São Francisco, em 2011, serviu como guia inicial no processo de apuração da reportagem. A primeira etapa se coadunou com processo investigativo que se constitui em avaliar, com critério, a denúncia ou descoberta (ETTEMA & GLASSER, 1998). A descoberta foi o alto nível de insegurança sísmica nas escolas da Califórnia. Enquanto uma parte da equipe, composta por jornalistas especializados em RAC e programadores, operava base de dados (*data-driven*) – usados para apuração e visualização de mapas e gráficos –, outra reunia “o peso da evidência” (ETTEMA & GLASSER, 1998) a partir de documentos e entrevistas com experts (*hypothesis-driven*). A construção da reportagem foi assentada nas duas vertentes, mas Parasie constatou a primazia da epistemologia do jornalismo investigativo.

Na pesquisa realizada por Träsel (2014) junto à equipe do Estadão Dados, outra perspectiva se esboçou nas entrevistas com os profissionais do jornal paulista. No trabalho de apuração, é possível reduzir a dependência na fonte e a influência de relações públicas, uma vez que as informações extraídas das planilhas

organizadas na coleta de dados pode trazer revelações e um conhecimento para além do controle das próprias instituições responsáveis pelos bancos consultados. Mas outro depoimento de Maeve McClenagh, que abandonou o título de jornalista de dados carimbado em seu contrato de trabalho e hoje se apresenta apenas como jornalista, evidencia uma constatação percebida nas entrevistas realizadas para a pesquisa em tela, a integração frequente dos dois paradigmas:

Quando começamos a equipe, o meu cargo era jornalista de dados. Mas, então, foi alterado para jornalista como um reconhecimento de que a maioria dos jornalistas lida com alguns dados, mas também o que fazemos é mais do que apenas lidar com dados. O que fazemos vai além disso; falamos com as pessoas. O termo, jornalista de dados, está relacionado a fazer gráficos e planilhas. (...) no início, no Bureau Local, tivemos essa discussão. Não se trata apenas de números e planilhas. (...) é claro que somos jornalistas de dados, mas talvez a percepção pública disso não seja a mesma que temos (McCLENAGHAM, 2019).

Coddington (2015) aprofunda a reflexão sobre possíveis fricções epistemológicas a partir de uma tipologia que confronta: 1) *expertise versus* informação em rede; 2) *transparência versus* opacidade; 3) coleta direcionada *versus* big data; e 4) a visão do público: ativo *versus* passivo.

A primeira tipologia – *expertise versus informação em rede* – traz a dimensão *data-driven*, que evidencia a noção de que o saber de procedimento do repórter (ERICSON et al., 1987) é prescindível. No JD, a *expertise* necessária para a construção de uma narrativa jornalística afluiu para além do campo profissional. Entrevistas e outras práticas presentes na rotina profissional são substituídas pela análise dos dados. Essa circunstância torna porosa a fronteira no campo do JD que pode ser ocupada por qualquer pessoa com capacidade de extrair significado dos dados.

A discussão sobre a segunda tipologia, *transparência versus opacidade*, será ampliada no subcapítulo 3.4. Mas vale aqui destacar que Coddington (2015), a partir de Karlsson (2010) e Plaisance (2007), formula que o descrédito crescente direcionado ao jornalismo concedeu à *transparência* significativo valor jornalístico e condição para o fortalecimento da credibilidade da mídia. O despontar do JD confunde-se com a emergência do movimento *open source* e a cultura que tem como alicerce a cultura dos dados abertos e o compromisso com a *transparência* (LEWIS & USHER, 2014; PARASIE & DAGIRAL, 2013). E, como assinala o

autor, embora reclame o acesso à informação, a mídia não cultiva o compartilhamento com o público sobre processos de produção. Com base em Karlsson (2010), Coddington (2015, p.340) discorre que a prática da transparência de “revelação” era viável na era pré-digital, mas foi interdita por uma cultura profissional apoiada em uma “caixa preta”. Entretanto, “a transparência, tanto no processo quanto no produto, é um dos elementos centrais no JD”.

A terceira tipologia, *coleta versus big data*, é delimitada dentro da perspectiva epistemológica – embora consideremos que todas tangenciam questões que se relacionam com procedimento. Mas, neste caso, a tipologia diz respeito à construção de conhecimento. Ela está associada à arguição sobre como os dados são coletados no processo de produção de conhecimento. De um lado, os dados são coletados como amostragem, apesar de esta ser considerada precária dentro da lógica da causalidade. Por outro, em contraste, vem o foco em grandes volumes de dados ou coleções de informações obtidas por meio de tentativas de capturar a totalidade do fenômeno. Experiências como *Wikileaks*, *Panama Papers* e *Pandora Papers* são exemplos de utilização de dados volumosos. Coddington recorre a Gray, Bounegru e Chambers (2012) e Howard (2014) para nos lembrar que o aumento da quantidade de dados coletados é um elemento-chave nas rotinas do JD.

A última tipologia envolve o público, *passivo versus ativo*, e se relaciona com transparência. Coddington elucida que o JD cria uma relação ativa com o público. Se a RAC propicia informação relevante que impacta as instituições, o jornalismo de dados permite que o público “extraia compreensão dos próprios dados”. O autor compreende que a natureza do JD com visualizações e interação oferece outro tipo de experiência para a audiência. Neste sentido, o autor cita Fink e Anderson (2015), que demonstram um paradoxo entre muitos jornalistas de dados que estão compelidos a servir ao público, mas se pautam pela lógica das métricas *online* para estabelecer interação.

Intrínseca à natureza do JD está a ideia de processo abordada em diversos estudos (COHEN et al., 2011, 2011; GRAY et al., 2012; MANCINI & VASCONCELOS, 2016; HOWARD, 2014; ROGERS, 2013; BRADSHAW, 2017). Rogers (2013), por exemplo, estabelece quatro etapas percorridas na

construção da narrativa¹⁹¹. O primeiro passo é a localização de dados que possam ser manipulados. Neste sentido, o estudo realizado por Borges-Rey (2017) mostrou que, entre os entrevistados na Escócia, Irlanda do Norte e País de Gales, a maioria obtém dados a partir da FOI. A organização dos dados em planilhas requer observar a necessidade de combinar mais de um conjunto de dados de forma extremamente limpa. E, mesmo se os dados já estiverem organizados, é preciso ter o cuidado de limpar espaços ou colunas em branco. Em seguida, fazer cálculos e análises e verificar a “sanidade” da informação coletada e recalculá-los os resultados, se necessário, e, enfim, escrever a história publicando apenas resultados ou elaborando a visualização em ferramentas como *Google Fusion Table* ou outras, como *Tableau Public* ou o *Google Chart* (ROGERS, 2013, pp.286-293).

Träsel pontua que os tutoriais acessíveis na internet estimulam a filosofia DIY (Do It Yourself – faça você mesmo) e a postura autodidata. Na pesquisa de Träsel, a maioria dos entrevistados revelou que desenvolveu habilidades no jornalismo guiado por dados através de treinamento individual. Os livros de Gray, Bounegru e Chambers, *The Data Journalism Handbook* (com versão atualizada), e o de Paul Bradshaw, *Scraping for Journalists*, são exemplos de manuais que incentivam esta postura. Bradshaw (2017) começa com um alerta: “eu não sou um programador”. Mas se propõe a ensinar não só os princípios de programação, mas as práticas; “as perguntas a fazer ao lidar com problemas de raspagem e onde encontrá-las” (ibidem, p.14). Alexandra Heal, repórter do *The Bureau of Investigative Journalism*, adquiriu confiança ao ser bolsista do programa *Data Journalism Fellow do Google*, mas ainda aprende com a ajuda da literatura disponível e na parceria com Charles Boutaud – o editor de dados do TBIJ:

(...) fiquei muito mais confiante com planilhas, todas as funções que você precisa para limpar e analisar os dados que você está pensando para um tema ... Ou dados diferentes que você pode combinar. Desde então, tenho trabalhado bastante com planilha e ingressei na equipe da editoria de agricultura (que cobre questões de meio ambiente). Agora estou aprendendo codificação, *Python* que é a linguagem que a maioria das pessoas usa para analisar dados e também para retirar dados da web, o

¹⁹¹ Não é objetivo desta pesquisa enveredar pelos meandros da narrativa no jornalismo de dados (ver tese de Bertochi, D. *Dos dados aos formatos: um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital*. As ferramentas tecnológicas e questões especificamente técnicas estão fora do nosso foco de investigação, que está centrada nos métodos empregados para a construção das narrativas (ver estudo de caso).

que é uma habilidade muito importante para jornalistas investigativos. Sempre há dados online, mas não em um formato aproveitável. Então, vamos acertar alguns códigos e acessar (HEAL, 2019).

A partir da análise de 113 programas de cursos de comunicação, apoiado em entrevistas com mais de 50 jornalistas, professores e estudantes, um estudo realizado nos Estados Unidos levantou que as disciplinas de jornalismo de dados têm foco no uso de planilhas, softwares estatísticos, bancos de dados e programação. Outra pesquisa realizada junto a universidades na Austrália constatou que, em cerca de 53% de 34 estabelecimentos, a alfabetização quantitativa (*quantitative literacy*) é considerada uma das principais habilidades (HERMIDA & YOUNG, 2019). No Brasil, a Escola de Dados e a Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) oferecem cursos de formação em JD.

Inferimos que há jornalistas mais predispostos a trilhar o “processo” que a episteme do JD estabelece, enquanto outros contam com o apoio de programadores, designers e analista de dados, em um segmento em que a colaboração se torna um aspecto crucial. Borges-Rey (2017) sugere uma mentalidade que provém do hibridismo entre o caçador de notícias (*newshound*) e o *expert* em tecnologia (*geek*). A partir das entrevistas já realizadas para a pesquisa em tela, constatamos que, para muitos profissionais, o recurso do *big data* é uma ferramenta que não descarta procedimentos epistemológicos clássicos da profissão como os de recorrer a fontes e dados confiáveis e fazer checagens (*fact-checking*).

Mais do que dominar técnicas de raspagem, de análise e de visualização, a percepção do potencial do jornalismo de dados – e de sua vertente que oferece transparência – é o fator preponderante para a adoção da prática. O próximo subcapítulo focaliza a terceira tipologia de Coddington (2015), que imprime singularidade ao JD e contribui para fortalecer a credibilidade: a transparência.

3.4. A transparência nos dados

Dentre as dimensões epistemológicas do jornalismo de dados se inscreve a *transparência* (CODDINGTON, 2015), que sugere a possibilidade de revelar os processos usados na construção da notícia. Este é um recurso adotado pelas agências *The Bureau of Investigative Journalism*, Agência Pública e Gênero e Número através do uso do hiperlink que dá acesso a documentos e/ou dados brutos

organizados em planilhas. Em outros termos, estas organizações abrem as fontes de informação ao leitor. É uma forma de mostrar “facticidade” (DE MAEYER & HOLTON, 2016, p.781). Esse “ritual de transparência” opera no sentido de comprovar narrativas verdadeiras (KARLSSON, 2010; PLAISANCE, 2007; MEIER, 2009; HAYES et al., 2007; RUPAR, 2006; ALLEN, 2008). Dessa forma, tangencia noções de verificação, objetividade e autoridade (TUCHMAN, 1972; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003).

Segundo Benetti e Lisboa (2015, p.12), esta abertura é um fator relevante na construção da *credibilidade constituída* (de quem enuncia) e da *credibilidade percebida* (efetivamente atribuída pelo leitor). Karlsson (2010, p.537) observa que essa práxis permite o estabelecimento de uma “fé comum” entre quem produz a notícia e quem a consome. É um contraponto à ideia da redação jornalística como uma “caixa preta” (SINGER, 2005, p.181), cujo funcionamento é algo impenetrável. Trata-se, portanto, de uma transparência que está relacionada com processos de produção que tangenciam a coleta de informação e a capacidade de verificação por parte da audiência.

A palavra *transparência* alude a diferentes conceitos e abordagens. Em seu sentido editorial, prega que as organizações sejam claras sobre seus interesses e posicionamentos, uma questão que se tornou discussão constante nas redes sociais (CHRISTOFOLETTI & BECKER, 2020) – muitas vezes incitada como forma de desqualificar a informação veiculada por este ou aquele veículo¹⁹². As premissas que explicam e justificam o porquê da seleção de assuntos pautados se inclui nessa transparência editorial (MEIER, 2009).

A disseminação de comunicação em plataformas digitais, suscitada pela internet e pela crescente datificação da sociedade, impulsiona outra vertente de transparência relacionada à abertura de dados públicos, que origina um “ciclo” de demanda por mais informação (OLIVER, 2004, p.23). Mayer-Schönberger e Cukier, (2013, p.116) pontuam que a condição coercitiva dos governos favoreceu a coleta de “tesouros”, em termos de dados, que resultou na percepção de que a melhor forma de valorizar esse capital era o compartilhamento com o setor privado

¹⁹² Editorial muito comentado do jornal O Globo sob o título *Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro* é um exemplo de tentativa de resgatar transparência em processos de seleção de notícia passada e reconhece a publicação tardia depois de a crítica tornar-se palavra de ordem em manifestações políticas. Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>. Acesso em 15 nov. 2021.

e a sociedade: “quando o estado coleta os dados, faz em nome do cidadão, e, portanto, deve fornecer acesso à sociedade”. Hoje, o acesso a portais de transparência governamentais é uma realidade entre diversos países, incluindo o Brasil.

O pendor para abrir dados oficiais – em oposição à cultura do segredo – origina-se no século XVIII, atesta Marques (2014), à luz de McDermott (2008). Nos Estados Unidos, o conceito acerca do “direito de saber” ganhou corpo a partir da publicação de artigo de Kent Cooper, diretor executivo da agência de notícias americana *Associated Press*, em 1945, quando afirmou que “sem salvaguardas ao direito de saber não existe espaço para a liberdade política” (SCHUDSON, 2015, p.6) – crescente ameaça em países com governos totalitários como China, Rússia e Bielorrússia. A instituição do *FOIA (Freedom of Information Act)*, em 1966, nos Estados Unidos – que obriga o fornecimento de dados que estão fora do domínio público – impulsionou ainda mais o “ciclo” da transparência. No Brasil, lei similar – a LAI (Lei de Acesso à Informação) – foi promulgada em 2011, no governo de Dilma Rousseff.

A consolidação da transparência pública, pressionada pelos movimentos *open data* contribuiu, sobremaneira, para a propagação do jornalismo de dados – associado ao cabedal técnico desenvolvido para processar, coletar e analisar *big data* – que, em última análise, se coaduna aos ideais democráticos (PARASIE & DAGIRAL, 2018; PARASIE, 2019; LEWIS & USHER, 2014). O movimento *open source* se mescla com a ideia de transparência, mas recorre a outras estratégias como *hacking social* – outra forma de alcançar e compartilhar transparência. Essa cultura de dados abertos foi outro combustível para o JD (LEWIS & USHER, 2014). Está assentada na oposição entre o modelo “catedral” – em que um seleto grupo desenvolve um software – e o modelo “bazar” – em que voluntários casualmente *hackeiam* e aprimoram um software (RAYMOND, 1999).

A propósito, Lewis e Usher (2014) pesquisaram o coletivo cidadão *Hacks/Hackers*, que foi criado em 2009 para reunir jornalistas e programadores a fim de construir soluções de código aberto para notícias e, na época do estudo, tinha base em 40 cidades de diferentes países. Os pesquisadores tiveram a chance de observar o que move o grupo e investigar a lógica da filosofia *open source*:

É essa ênfase dupla na materialidade do código aberto e no ethos do código aberto que é importante para compreender e avaliar como jornalistas e programadores trabalharam juntos para construir soluções de código aberto para notícias. (...) eles estão motivados menos pelo controle proprietário, voltado para o lucro, e mais por um interesse comum no bem maior (Turner, 2005); eles contam com contribuições de um conjunto distribuído de atores especialistas, normalmente fora dos limites das organizações convencionais; eles oferecem formas não monetárias de recompensa, como reputação¹⁹³ (LEWIS & USHER, 2013, p.606).

Outro exemplo de exposição de dados antes restritos a alguns setores é o caso de Julian Assange, fundador e editor do site *Wikileaks* – criado com uma estrutura que permite envios anônimos de documentos vazados (LEIGH & HARDING, 2011, p.52). Em parceria com os jornais *The Guardian*, *Der Spiegel*, *The New York Times*, *El País* e *Le Monde*, o talvez mais famoso hacker da atualidade comandou o vazamento de dados sobre as guerras no Afeganistão e Iraque e de documentos diplomáticos do governo americano.

Neste sentido, Lewis e Usher (2014, p.604) constatam que a maneira como programadores aliam a ética hacker à perspectiva de notícia serviu como embrião para projetos que oferecem dados abertos em redações, como os implementados no *The Guardian* e no *The New York Times*. Os dois jornais mantêm páginas *open data*¹⁹⁴ que permitem acesso a dados brutos. No Brasil, como já destacamos, o jornal O Globo, em sua página de infográficos, traz algumas reportagens com dados abertos, a exemplo do Estadão Dados.¹⁹⁵

A *transparência versus opacidade* é uma das tipologias criadas por Coddington (2014, p.340) ao refletir sobre a epistemologia que cerca o campo profissional em que se inserem o jornalismo computacional, o jornalismo de dados e o jornalismo guiado por dados. Ao escolher a rotina *open source*, entretanto,

¹⁹³ Tradução da autora para: *It is this dual emphasis on the materiality of open source and the ethos of open source that is important for understanding and assessing how journalists and programmers have worked together to build open-source solutions for news.(...) they are motivated less by proprietary, profit-driven control, and more by a communal interest in the greater good (Turner, 2005); they rely on contributions from a distributed set of actors/experts, typically outside the boundaries of conventional organizations; they offer non-monetary forms of reward, such as reputation.*

¹⁹⁴ Disponível nos links <https://www.theguardian.com/data> e <https://open.nytimes.com/data/home>. Acesso em 15 nov. 2021.

¹⁹⁵ Disponível em <https://oglobo.globo.com/infograficos/> e <https://www.estadao.com.br/infograficos>. Acesso em 15 nov. 2021.

nuances se apagam. A transparência de métodos consiste em revelar o modo de fazer – ou o *newsgathering* que é o processo de coleta da notícia com links para o material bruto da apuração. Ao analisar os efeitos desse tipo de prática, Meier (2009) invoca Nueberger para afirmar que, dessa forma, a transparência permite que a audiência avalie a qualidade da reportagem, o que fortalece a credibilidade do que está sendo publicado.

A partir de Taylor (2009), Coddington (2018) pontua que na Reportagem com Auxílio de Computador – um recurso apoiado em técnicas das ciências sociais, adotado primordialmente por repórteres investigativos desde 1970, e paradigma precursor do JD (ver subcapítulo 3.2) – os dados devem ficar invisíveis. E cita outro autor, Miller (1998, p.225), para quem métodos e dados não são a história e, se são evidenciados, minam a habilidade profissional em minar, analisar e encontrar o significado para o leitor. Estudo realizado por Verica Rugar, na Nova Zelândia, mostra uma realidade ainda bastante comum na *mainstream media*. A análise de reportagens sobre engenharia genética publicadas em 31/07/2001 e 31/07/2002 apontou que quase 2/3 das narrativas não informam como as informações foram levantadas – “se o jornalista usou material de assessoria de imprensa, se realizou entrevistas ou participou de coletivas”¹⁹⁶ (RUPAR, 2006, p.130).

Sem discorrer diretamente sobre jornalismo de dados ou jornalismo guiado por dados, estudos sobre transparência (RUPAR, 2006; SINGER, 2007; HAYES et al., 2007, ALLEN, 2008; MEIER, 2009; KARLSSON; 2010, 2011; DE MAEYER & HOLTON, 2016) tangenciam a questão da credibilidade do jornalismo na era digital. Os hiperlinks (ou simplesmente links) são vistos como um recurso que materializa essa transparência. Como uma dos aspectos da hipertextualidade, a hiperligação (tradução para o português pouca usada) é o que permite o acesso aos bastidores da notícia ou à “cozinha” – como definiu a jornalista Patrícia Campos Mello¹⁹⁷, da Folha de S. Paulo, ao constatar o que seria uma demanda da atualidade para fazer frente ao ambiente das *fake news*.

Considerando o jornalismo de dados abertos pelas agências focalizadas na pesquisa em tela, compreendemos, a exemplo de Coddington (2018), que as

¹⁹⁶ Tradução da autora para: *if the journalist attended a press conference, conducted an interview, used a press release.*

¹⁹⁷ Informação de Thiago Domenici em entrevista à autora, em 17/03/2021. Patrícia Campos Mello fez o comentário em entrevista concedida a Thiago para um podcast da Agência Pública.

reflexões dos autores citados se aplicam às práticas analisadas. Um exemplo é a obra de Singer (2007), que observa a realidade dos *blogs* que disponibilizam links para matérias originais referenciadas e para fontes de apuração como *press releases*. Embora considere que alguns comunicados de imprensa não sejam “nada esclarecedores”, Singer assinala que o estudo aponta o fortalecimento da autoridade. Em artigo mais recente, De Maeyer e Holton (2016) se debruçam sobre valor dos links e parametrizam categorias, como *good links* (links bons) e *bad links* (links ruins):

As formas pelas quais os links (...) aprimoram o conteúdo das notícias e a prática do jornalismo são múltiplas, já que os discursos metajornalísticos destacam várias instâncias do "bom" link. Nesta categoria, incluímos links usados para aumentar a transparência ao mostrar (...) processos de escrita geralmente ocultos, links usados para personalizar a experiência de leitura, fornecendo mais contexto a quem precisa, (...). Um dos argumentos proeminentes associado ao "bom" link é a capacidade de mostrar as fontes. Os links são úteis para jornalistas (...) porque permitem que eles apontem diretamente para o material original usado para construir sua história. (...) para garantir credibilidade ao apontar para o material original como documentos, dados e outras fontes primárias¹⁹⁸ (DE MAEYER & HOLTON, 2016, p.781).

Ao fornecer as fontes da informação, Meier (2009) compreende que essa forma de transparência imprime ao jornalismo a confiabilidade do método científico, como estabelece Neuberger (2005). Neste sentido, Meier (2009), Karlsson (2010), Singer (2007) e Allen (2008) citam Kovach e Rosenstiel (2003), para quem a “regra da transparência” busca respaldo na replicabilidade do método científico, ou seja, revela fontes e métodos a fim de que o público possa checar e, com isso, aumentar a confiabilidade. Esse conceito vem a reboque do que os autores americanos chamam de *jornalismo de verificação*, que se inspira nas ideias de Philip Meyer. Meyer foi o mentor do jornalismo de precisão que, nos anos 1970,

¹⁹⁸ Tradução da autora para: *The ways in which links are said to enhance the news content and journalism practice are multiple, as metajournalistic discourses highlight several instances of the ‘good’ link. These included links used to increase transparency by showing sources and by displaying usually hidden writing processes, links used to customize the reading experience by providing more context to those who need it, links used to guide readers and offer them more autonomy (...). One of the prominent discourses associated with the ‘good’ link was that of the ability to show sources. Links are useful for journalists, as our sample pointed out, because they allow them to directly point to the original material that they used to build their story. (...) to ensure credibility when they point to original material such as documents, data, and other primary sources.*

buscou assentar as práticas jornalísticas no eixo paradigmático das ciências sociais – visto por muitos autores como um embrião da RAC e do JD (ver subcapítulo 3.2).

Segundo Kovach & Rosenstiel (ibidem, p.128), o jornalismo de verificação presume explicar como se obteve um conhecimento e, por conseguinte, porque se acredita nele. Tuchman (1972/1999, p.119) converge neste sentido ao discorrer sobre “a apresentação de provas auxiliares”, que percebe como “rituais estratégicos”. Karlsson (2011, pp.180-181), por sua vez, sustenta que os *rituais de Tuchman* providenciam “elementos discerníveis” para o escrutínio do público, que estão relacionados a rotinas padronizadas. Como estabelecem Hayes, Singer e Ceppos (2007), a característica do ambiente online permite mostrar os bastidores, ou seja, de onde veio a informação e assim aprofundar e dar outra dimensão às histórias.

Com fulcro na concepção de Meyrowitz (1985) de que a comunicação em plataformas digitais muda a relação de performance *backstage* e *frontstage* (bastidores e palco), Meier (2009) desenvolve a ideia de *disclosure transparency* (transparência reveladora) – a expressão, em inglês, significa ato de fornecer a alguém uma informação secreta. Nesta operação, performances dos bastidores – coleta e processamento a partir de rotinas padronizadas e procedimentos – é levada ao palco. Para Karlsson (2011, pp.281-282), a metáfora é perfeitamente aplicável ao jornalismo de dados abertos em que o leitor tem acesso aos procedimentos usados pelo repórter para construir a narrativa:

As estratégias para apurar a verdade também são estratégias para construir confiança e, conseqüentemente, estão associadas à autoridade. Se narrar a verdade é alcançado principalmente por especialistas (ou seja, jornalistas) a partir de certas técnicas ou padrões que, em seguida, são apresentados ao público, então os especialistas serão avaliados sobre o quão bem eles atuam em sua busca pela verdade (KARLSSON, 2011, p.283).

Entre as formas de transparência que fortalecem a autoridade jornalística, Meier (2009) sublinha, a exemplo de De Maeyer e Holton (2016), que os links direcionados para materiais de pesquisa e dados aumentam consideravelmente a possibilidade de abrir os bastidores – embora reconheça, a partir de Clark (2007), que *Method Block* – box com metodologia – usado nos impressos já cumprissem essa função. O acesso à informação sobre minibiografias individuais que estão associadas a uma coleção com todos os artigos escritos pelo respectivo profissional

é outro expediente e um recurso usado pelas três agências pesquisadas. Outro procedimento favorável é oferecer acesso a explicações mais aprofundadas sobre erros cometidos na construção da reportagem.

Enquanto boa parte da reputação dos jornalistas está associada ao veículo onde trabalham, Hayes, Singer e Ceppos (2007) reparam que, no formato digital, mostrar de onde vem a informação legitima a autoridade individual em contraste com a institucional. Se os construcionistas – como ponderam os autores – arguem que não há fronteiras entre os textos, uma vez que, na hipertextualidade, o conteúdo agrega referências e conteúdos externos, a transparência sobre as fontes serve como antídoto contra essa crítica. Mas, na análise de conteúdo realizada para a pesquisa, observamos que os links externos muitas vezes não estão acessíveis a todos, porque alguns veículos só permitem acesso a seus assinantes (ver estudo de caso).

A transparência não é uma panaceia, e o questionamento parte dos próprios profissionais envolvidos na produção do JD. A diretora de Design e Arte da agência Gênero e Número, Marília Ferrari, põe em xeque até que ponto é possível ser transparente. A seu ver, o jornalismo de dados abertos fornece transparência sim, mas é preciso levar em conta que até mesmo a escolha de palavras e a visualização dos dados funcionam como filtros, num processo que ela chama de “limpar as bases” para que os dados expostos façam sentido para quem acessa o conteúdo:

passando por vários filtros (...) o filtro da escolha das palavras que vão estar no título até o que vai estar escrito na própria visualização. Então, tem vários filtros para chegar na base de dados. Tem vários passos para que esta transparência se mantenha. Não tem como não ter um recorte. Trazer os dados à disposição é uma contribuição muito grande para a transparência, para ter acesso àquilo. Nos portais, mesmo que os dados estejam acessíveis, eles não estão acessíveis de uma forma muito coerente. Isso é um trabalho que a gente tenta fazer, que é limpar as bases. Organizar e fazer com que os dados façam sentido para alguém que vai abrir aquilo (FERRARI, 2021).

O depoimento confirma que o papel da transparência no contexto do jornalismo apresenta complexidades, como previsto por Allen (2008). Se, por um lado, estabelece legitimidade; por outro, oferece mais informações sobre processos e métodos. Portanto, é munção para desafios à autoridade. O material bruto pode servir justamente para solapar a confiança e a credibilidade. Ser transparente pressupõe outra vertente, que vai além de mostrar os bastidores: o reconhecimento de que há dúvidas sobre a veracidade da informação que é reportada (ibidem,

p.327). Dessa forma, Allen acredita que, como uma ética fundante, a transparência tornou-se uma espécie de ritual estratégico em que o profissional mantém o relato objetivo ao compartilhar, com o público, a condição de construção do relato jornalístico:

(...) a transparência tornou-se uma forma de jornalistas divulgarem a natureza construída de seu trabalho sem sair dos limites do relato objetivo. A transparência funciona em conjunto com a noção de objetividade, mas a altera de maneira significativa. Enquanto a objetividade se baseia no ideal iluminista da verdade como algo que pode ser descoberto, o que pode ser chamado de objetividade transparente, reconhece a natureza mais complexa da verdade que os jornalistas encontram no mundo de hoje¹⁹⁹ (ALLEN, 2008).

No estudo de caso que introduzimos, a seguir, no capítulo 4, empreendemos a ponte entre teoria e prática, trazendo reflexões sobre entrevistas e análises de conteúdo. A partir de dois indicadores macro – *método* e *evidência* – fundamentados por nove subindicadores, avaliamos até que ponto, de fato, o jornalismo de dados abertos das três agências pesquisadas é transparente no sentido de jogar foco de luz nas rotinas de produção das reportagens. A *metodologia da transparência* nos permitiu perceber o quanto a prometida transparência favorece a replicabilidade, ou seja, a capacidade de checagem por parte do leitor e comprovação do teor jornalístico.

¹⁹⁹ Tradução da autora para: *transparency has become a way for journalists to disclose the constructed nature of their work without stepping outside the boundaries of objective reporting. Transparency works in cohort with the notion of objectivity but changes it in significant ways. While objectivity builds on the Enlightenment ideal of truth as something that can be discovered, what might be called transparent objectivity recognizes the more complex nature of truth that journalists encounter in today's world.*

4. Estudo de caso

Neste capítulo, apresentamos a *metodologia* da pesquisa e reservamos espaço para contar a história de cada agência digital alvo do estudo e o contexto histórico do ponto de vista da adoção do jornalismo de dados e da extensão e forma em que é usado em cada organização. Analisamos também o *ethos* nas redações, abordamos as inferências a respeito das entrevistas realizadas com o propósito de aperfeiçoar o estudo, levando em conta questões pertinentes a rotinas e identidade profissional. Além disso, fizemos uma análise de conteúdo, reunimos tabelas com resultados quantitativos sobre precisão na apuração (com informações sobre percentual de uso de links genuínos, que permitem acesso a documentos oficiais e/ou material bruto como *google docs*, *spreadsheet* e *GitHubs*), tipos de fontes, agenda e visualização. Mas é importante destacar que também fizemos análises qualitativas de conteúdo. Neste caso, confrontamos as inferências com as informações obtidas nas entrevistas a fim de confirmar ou rechaçar afirmações feitas pelas equipes de cada agência. Acreditamos que este cuidado no cruzamento de dados nos permitiu afinar as conclusões e aprimorar a validade e a consistência da pesquisa. E, por fim, numa análise comparativa, apontamos diferenças na linha de atuação e nos resultados. Podemos antecipar, por exemplo, uma mudança na estratégia junto ao público por parte da Agência Pública, que assume, em sua *newsletter*, posições claras e incisivas contra o governo. Mas, por outro lado, procura reforçar o jornalismo de precisão e qualidade ao revelar, em outro tipo de *newsletter*, os procedimentos que lança mão para levantar os dados fornecidos em suas reportagens.

4.1. Metodologia

A fim de mapear o jornalismo de dados abertos, analisamos o trabalho de três agências: a britânica *The Bureau of Investigative Journalism (TBIJ)* e as brasileiras *Agência Pública* e *Gênero e Número (GN)*. A pesquisa qualitativa nos permitiu fazer inferências acerca da transparência e da qualidade das reportagens produzidas pelas três organizações a partir da observação de parâmetros relacionados ao método e à evidência. Como similaridade, as agências recorrem ao jornalismo de dados abertos em parte significativa de suas produções com a

premissa de oferecer conteúdo verificado e verificável. Os estudos de caso permitiram investigar fenômenos, de forma empírica, e funcionaram como estratégias válidas quando se pergunta “como” e o quê. (DUARTE & BARROS, 2005).

Nosso arcabouço teórico-metodológico é a teoria do *newsmaking*, que tem sustentado investigações acadêmicas imbuídas em trazer contribuições para a compreensão sobre a forma como as notícias são construídas e sobre que paradigmas são fundamentadas (TRAQUINA, 2012). Portanto, o objetivo foi averiguar a elaboração de parte do conteúdo produzido pelas três agências. *Como Agência Pública, Gênero e Número e The Bureau of Investigative Journalism fornecem evidência em suas reportagens?* Esta é a pergunta que buscamos responder.

Neste sentido, a metodologia proposta é uma combinação de entrevistas em profundidade e análise de conteúdo. A observação dos diferentes tipos de edição aponta métodos de apuração e construção de narrativas que sugerem contribuir para legitimar a autoridade profissional em um momento de crise da modernidade e de disseminação da desinformação. Como apontam estudos (FINK & ANDERSON, 2015; HERMIDA & YOUNG, 2019; BORGES-REY, 2017), o jornalismo de dados traz em seu bojo potencial para reduzir o descrédito no jornalismo.

Uma prática similar entre as agências é a transparência favorecida pelo acesso, através de links, a documentos originais, *spreadsheets* e *googledocs* – recursos que são classificados como evidência de precisão. A hipótese formulada, portanto, é que a transparência dos dados abertos na rotina das reportagens das agências em tela permite a verificação dos fatos relatados e contribui para reforçar a credibilidade no jornalismo²⁰⁰. Compreendemos que o caráter singular das agências justifica a análise comparativa para apreensão de padrões relativos a processos, identidades profissionais e interfaces dentro do “guarda-chuva” conceitual do jornalismo digital.

²⁰⁰ Auferir a credibilidade junto à audiência trata-se de pesquisa de recepção que foge ao escopo deste trabalho. Iniciativas recentes foram empreendidas pelo Reuters Institute e em pesquisa realizada sobre a credibilidade percebida pelo leitor a partir da transparência nas reportagens (JOHNSON, 2021). Respectivamente disponíveis em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/listening-what-trust-news-means-users-qualitative-evidence-four-countries>; acesso em 17 fev. 2021; e <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2021.1910542>; acesso em 10 jul. 2021.

Vale destacar que a rotina de abrir os dados, empregada pelas agências escolhidas como objeto, não é naturalizada na grande mídia²⁰¹ – tópico que se constitui um mote para pesquisas diversas. Essa realidade justifica a escolha das três organizações, que, embora apresentem leque versátil de reportagens com foco no interesse público, têm como um dos princípios oferecer o jornalismo de dados abertos. Tanto Gênero e Número como Agência Pública dedicam seções específicas para este tipo de reportagem. No *The Bureau of Investigative Journalism*, a proposta ganhou uma elaboração original e inédita na seção *Open Resources* (Fontes Abertas), da editoria *Bureau Local*, enquanto o jornalismo de dados abertos é praticado em outras editorias.

Uma característica comum às três agências é a proposta de fazer jornalismo investigativo – uma vertente que prima por evidências. Essa orientação é outro fator que legitima as organizações enquanto objeto da pesquisa. A Gênero e Número assinala a intenção de “revelar desigualdades” a partir de um trabalho guiado por dados. A Pública e o *The Bureau* explicitam a vertente investigativa em suas páginas de apresentação. Um jornalismo com “fontes primárias” e “apuração isenta e criteriosa” (Pública); “investigações rigorosas que não visam cliques” (*The Bureau*). Aguiar (2013) destaca que o jornalismo investigativo, enquanto categoria, se espalha por todas as editorias de um jornal com foco na divulgação de temas do interesse público que “sejam prejudiciais à sociedade”.

A adoção do jornalismo de dados – como um modo de fazer – se coaduna com as práticas do jornalismo investigativo no que concerne um trabalho de apuração a partir de “pesquisa sólida” e busca por “fontes primárias”. Aguiar destaca que o jornalista investigativo não se contenta com “as versões ou com as fontes secundárias” (ibidem, p.222). Para Lage (2001), o repórter investigativo é aquele que busca os documentos originais. Documentos e dados acessíveis em portais de transparência e plataformas oficiais, institucionais ou mesmo de ONGs constituem fontes primárias que o repórter pode *raspar* com total autonomia. E a transparência ao permitir acesso aos documentos e/ou dados coletados é a

²⁰¹ Mapear o jornalismo de dados abertos na grande mídia não se configura um dos objetivos da pesquisa em tela. Entretanto, o blog *Na base de dados*, de O Globo, que oferecia acesso a dados de algumas reportagens e foi descontinuado, é um exemplo de como a prática não se sustentou na rotina daquele veículo. Informações via email de Marlen Couto, repórter de O Globo e um dos responsáveis pelo blog (19 jul.2021). Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/>. Acesso em 19 jul. 2021.

prerrogativa adotada pelas agências em tela.

Outro alvo da análise é a plataforma *Slack* do *Bureau Local*, seção que integra o *The Bureau of Investigative Journalism* com interesse apenas em jornalismo local. Através da plataforma colaborativa, a equipe abre os dados em *reporting recipes* (relatórios que apresentam os métodos da reportagem), que oferecem camadas com acesso à base de dados da apuração e uma série de informações sobre a origem da pauta, os achados e desdobramentos possíveis que permitem ao leitor se aprofundar e, aos veículos parceiros, ampliar o assunto a partir de outras abordagens.

A Teoria de *Ator Rede* (LATOUR, 2012) foi uma ferramenta indispensável na pesquisa com inspiração etnográfica em jornalismo digital, principalmente porque esta abarca rotinas subterrâneas que se localizam na interação virtual de plataformas como Google docs ou Slack. No jornalismo de hoje, uma parte relevante do trabalho se dá neste terreno invisível. Como houve resistência à observação participante dentro da redação do TBIJ, a etnografia digital passou a ser a opção. E a pesquisa mostrou o quanto pode ser dinâmico e, ao mesmo tempo, incerto e efêmero o trabalho no Slack do *Bureau Local*.

4.2. Corpus da pesquisa

Antes de explicar a natureza da proposta experimental, cabe informar que universo compôs o *corpus* da pesquisa em tela. As três agências possuem uma variedade de editorias e nem todas as reportagens lançam mão do recurso dos dados ou mesmo de visualização. Mas nem sempre os recursos do jornalismo de dados são aplicáveis à narrativa.

Pública e Gênero e Número possuem seções dedicadas ao jornalismo de dados (respectivamente seção Dados e seção Dados Abertos), que foram analisadas em sua íntegra. Como não existe uma seção específica no *The Bureau of Investigative Journalism*, desta agência foram estudadas as reportagens que utilizaram o recurso do jornalismo de dados e concorreram a prêmios ou foram premiadas por esse critério. O norte foram pesquisas que destacaram premiações como critério de excelência para o jornalismo de dados (HERMIDA & YOUNG, 2019, LOOSEN et al., 2017; OJO & HERAVI, 2017; YOUNG, HERMIDA & FULDA, 2018; FINK & ANDERSON, 2015).

Para expandir a análise com a inclusão de reportagens que abordam a pandemia – assunto que ganhou espaço significativo nas seções Dados da Pública e Gênero e Número –, a análise cobriu desde a primeira matéria publicada nas respectivas editorias até a data de 31 de maio de 2021. No caso do TBIJ, a documentação se encerra com uma reportagem sobre a pandemia publicada em maio de 2020 e indicada à premiação em 2021²⁰².

De acordo com o critério, a *amostra* consiste em:

- 53 reportagens da seção de dados da Agência Pública,
- 47 reportagens da seção de dados da Gênero e Número,
- 35 reportagens de dados do TBIJ premiadas ou indicadas a premiações.

O *corpus* totaliza, portanto, 135 reportagens. Como o TBIJ não possui uma seção destinada ao jornalismo de dados abertos – mas adota o formato em boa parte de suas reportagens –, o critério empregado foi observar as reportagens premiadas que envolvem JDA. A lista está disponível no site da agência²⁰³. O Bureau Local – editoria local do TBIJ – lançou a proposta das *reporting recipes* (receita da reportagem que traz *open resources*, ou seja, dados abertos) em todas as suas produções. As matérias premiadas do *Bureau Local* foram incluídas no corpus. O formato das *reporting recipes* do *Bureau Local*, de um jeito inédito, apresenta uma radiografia da cobertura dividida por tópicos e acesso aos dados brutos (planilhas e *spreadsheets*).

Uma avaliação prévia da participação relevante dos profissionais na realização das reportagens analisadas apontou os nomes mais relevantes para as entrevistas. A prioridade foi dada àqueles que fazem parte das atuais equipes das organizações. Alguns repórteres premiados do TBIJ já não trabalham mais na agência. Pela relevância das propostas editoriais e das linhas de ação, editores-chefes também foram entrevistados.

Grande parte das entrevistas foi realizada de forma virtual (*google meet*) em decorrência da pandemia de coronavírus. Parte da equipe do *The Bureau of Investigative Journalism* foi entrevistada presencialmente entre setembro de 2019 a fevereiro de 2020 (Hazel Sheffield, Charles Boutaud, Alexandra Heal e Rachel Oldroyd).

Foi possível perceber que o formato online não comprometeu o valor do trabalho de campo. Gareth Davies, do TBIJ, foi o único que concedeu entrevista

²⁰² Grande parte das reportagens publicadas na seção coronavírus do *The Bureau of Investigative Journalism* não recorrem ao jornalismo de dados.

²⁰³ A lista de premiações e/ou indicações está disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/about-us/our-news>

por email – um recurso que claramente limita a captação de informação. A intenção era entrevistar, pelo menos, seis profissionais de cada agência, mas, na negociação com Pública e GN, ficou estabelecido que seriam apenas quatro nomes. Foram, então, entrevistados os seguintes profissionais de cada agência:

Do *The Bureau of Investigative Journalism (TBIJ)*

Megan Lucero (editora-chefe do Bureau Local)
 Rachel Oldroyd (editora-chefe do TBIJ)
 Charles Boutaud (jornalista de dados/líder de dados)
 Maeve McClegnaham (repórter do Bureau Local)
 Alexandra Heal (repórter do Bureau Global)
 Hazel Sheffield (repórter parceira/jornalismo colaborativo)
 Gareth Davies (repórter do Bureau Local)

Da Gênero e Número

Giulliana Bianconi (diretora e repórter)
 Natália Leão (pesquisadora e analista de dados)
 Marília Ferrari (designer)
 Vitória Régia da Silva (repórter)

Da Agência Pública

Natália Viana (co-diretora e repórter)
 Thiago Domenici (editor e repórter)
 Bruno Fonseca (repórter multimídia)
 Andrea Dip (editora e repórter)

Uma última entrevista foi realizada com o editor de meio ambiente do jornal de *The Guardian*, Jonathan Watts, a fim de expandir informações sobre o processo colaborativo com o *The Bureau of Investigative Journalism* nas matérias sobre Amazônia e possíveis diferenças entre as publicações das duas organizações de mídia.

Para se ter uma ideia de como funcionam as três agências, publicamos, a seguir, uma pouco da história de cada uma delas. Vale ressaltar que, por conta da pandemia de coronavírus, só foi possível visitar pessoalmente o *TBIJ*. As visitas foram feitas em outubro e novembro de 2019, portanto, bem antes de a pandemia acontecer e, conseqüentemente, a série de *lockdowns* recomendados pelas autoridades responsáveis pelo controle da doença com a migração do trabalho para o sistema home office.

4.2.1. Gênero e Número

Quando o destino reuniu as jornalistas Giulliana Bianconi, Natália Mazzoti e Maria Lutterbach, e as três decidiram criar a Agência Gênero e Número, havia uma certeza. A proposta não era fazer ativismo em rede. “A GN partiu do jornalismo. A gente dialoga bastante e com frequência com os movimentos, mas o nosso lugar é o do jornalismo”, atesta a hoje diretora Giulliana Biaconi, única cofundadora que permanece na agência depois que as duas sócias decidiram seguir outro rumo.

Fundada há quatro anos e instalada no Rio de Janeiro, a Gênero e Número tem como norte a *Agência Patrícia Galvão* – uma organização feminista que articula o movimento em prol dos direitos das mulheres. Mas a proposta da GN, expressa em seu website, é distribuir jornalismo orientado por dados e, com isso, “revelar desigualdades” e “qualificar o debate sobre questões de gênero, raça e direitos”²⁰⁴. Outra fonte de inspiração foi a revista digital britânica *Delayed Gratification*, que tem como proposta o *slow journalism*, uma vertente que prega o jornalismo investigativo, contextualizado e que promove transparência²⁰⁵. Bianconi descobriu a iniciativa durante um ano e meio de vida em Londres, antes do lançamento da GN.

Organização sem fins lucrativos, a agência é financiada por doações e apoio de fundações. A Ford contribui com 80% da receita ao lado de outros doadores como *Open Society*, Instituto Ibirapitanga, ONU Mulheres e Instituto de Estudos da Religião (ISER). Em 2021, a agência lançou o Hub GN²⁰⁶, que oferece relatórios e análise de dados a partir de ferramenta analítica própria chamada *Minera*. A nova plataforma é resultado do trabalho que a agência vem desenvolvendo com base em dados e inclui o jornalismo de dados abertos.

²⁰⁴ Disponível em <https://www.generonumero.media/institucional/>. Acesso 18 nov. 2021.

²⁰⁵ Exemplos são o site *De Correspondent*, *Aeon* e *XXI*.

²⁰⁶ Disponível em <http://www.generonumero.media/hub/>. Acesso em 18 nov. 2021.



Figura 07: Organograma da Agência Gênero e Número

Com dez editorias, incluindo *trabalho*, *violência*, *mobilidade* e *direitos reprodutivos*, a GN disponibiliza a seção *dados abertos*, onde oferece link para o material bruto das reportagens – documentos e planilhas. A equipe – que passou por grande mudança desde o seu nascedouro – possui um grupo multimídia (Organograma na Figura 07, acima), que inclui cinco jornalistas experientes, duas designers de informação, e uma cientista de dados e pesquisadora que, na verdade, exerce a função de coordenadora de dados e pesquisa. Hoje, são dez pessoas na redação – todas mulheres. Mas Bianconi afirma que a GN não faz distinção e que homem já trabalhou na agência.

A diretora esclarece que a GN não tem “jornalistas de dados em primeiro lugar”. Segundo ela, as profissionais são especializadas em cobertura de gênero e raça e trabalham bem com as ferramentas que permitem fazer o jornalismo de dados. E essa foi uma escolha mesmo. A agência, segundo Bianconi, aposta no fazer coletivo e se dedica a reportagens que tangenciam questões de direitos

humanos. Neste sentido, a diretora reconhece que a GN é uma “mídia de nicho” que informa uma audiência – que ela acredita ser sensível – de multiplicadores de opinião que podem provocar mudanças. Bianconi não deixou claro por que motivo nem todas as reportagens do site abrem os dados, mas afirmou que sempre existe a intenção de permitir que outras pessoas trabalhem a partir das planilhas que a GN disponibiliza.

4.2.2. Agência Pública

Em 2021, a Agência Pública completou 10 anos. Com estrutura, hoje, composta por 41 profissionais, a paulistana foi pioneira entre as nativas digitais com a proposta de fazer jornalismo investigativo “inovador com apuração isenta e criteriosa, baseada em fontes primárias”²⁰⁷. Nasceu em um ambiente muito ligado ao que se chamava *Casa de Cultura Digital*, em São Paulo, e ao movimento que pregava o *copy left*²⁰⁸, que reunia muitos ativistas com discussões pautadas em diversos níveis, inclusive no Congresso e Ministério da Cultura.

A história também se confunde com a do *Wikileaks* – de quem a Pública é parceira desde seu nascedouro. Natália Viana foi uma das jornalistas que trabalhou, na Inglaterra, na seleção de documentos americanos vazados com uma equipe liderada por Julian Assange. O material rendeu seis séries de reportagens no site, entre elas *Cable Gates* e *Spy Gates*.

A Pública, segundo Viana, tem uma estratégia editorial de quatro anos e mantém como premissa a independência que se resume em não aceitar “trabalho comissionado” e exigir, em seus contratos, “zero interferência editorial por parte dos financiadores”. Os principais mantenedores são a norte-americana *Ford Foundation* e a organização *OAK Foundation*, que tem sede na Suíça. Em 2020, a receita total da agência sem fins lucrativos foi de R\$ 3.135.671,18, revertida para cobrir gastos com projetos e jornalistas. As informações estão no site da agência²⁰⁹.

A agência trabalha com republicadores que usam o material produzido sob a licença *creative commons*. As reportagens são reproduzidas em sites como os da Folha

²⁰⁷ Disponível em <https://apublica.org/quem-somos/>. Acesso em 18 nov 2021.

²⁰⁸ O *copy left* assegura direito livre de republicação com a condição de que a fonte seja citada. A Agência Pública opera dentro desse sistema chamado *creative commons*.

²⁰⁹ Disponível em <https://apublica.org/transparencia/>. Acesso em 18 nov. 2021.

de S. Paulo, UOL, El País, Yahoo, e, segundo Natália, a estratégia funciona porque a Pública faz um jornalismo de investigação que não acompanha tudo o que acontece no país. A pandemia de coronavírus fez a agência imprimir outro ritmo e criar uma editoria específica, mas, ainda assim, as pautas não são factuais. Os direitos humanos são o foco das matérias de interesse público com pautas sobre o governo, meio ambiente, denúncias de corrupção e ditadura militar. A estrutura da agência conta com seis seções: reportagem, especiais, podcast, entrevistas, dados e vídeos.

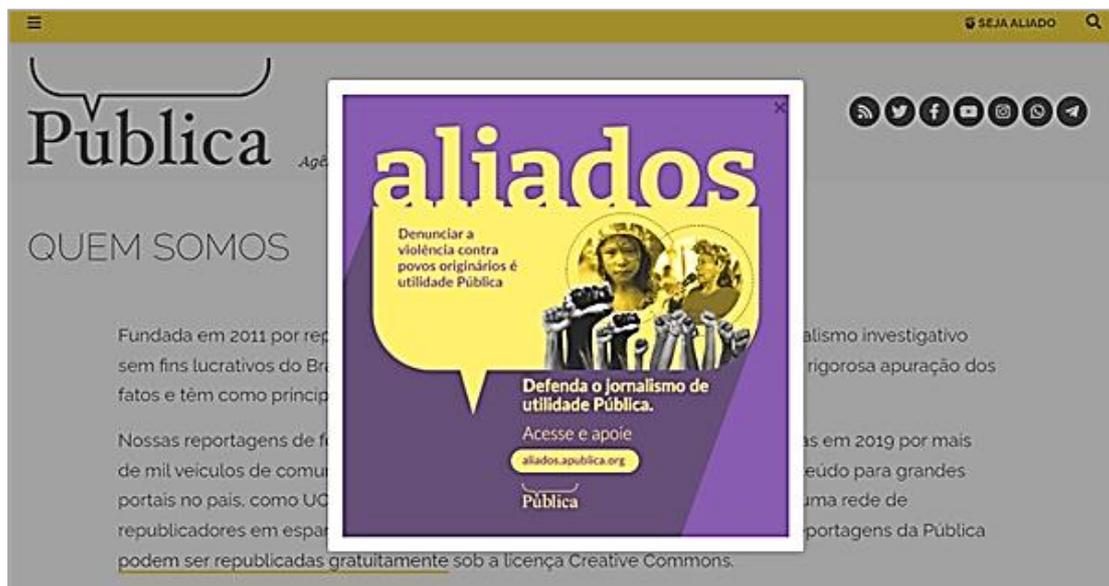


Figura 08: Crowdfunding da Agência Pública em 2021.

Com 52 premiações na bagagem, a Pública recebe apoio de cerca de 1.500 aliados e afirma, em seu site, ter o compromisso com o jornalismo de credibilidade, como demonstra a Figura 08, que apresenta chamada para uma das iniciativas de 2021. A democratização do conteúdo é um dos valores da agência, afirma a editora e repórter Andrea Dip. Segundo ela, o objetivo é criar uma cultura em que as instituições e pessoas financiem a organização porque “acreditam que o jornalismo é importante para a democracia; porque elas acreditam que o trabalho que a gente faz é importante”.

4.2.3. The Bureau of Investigative Journalism: pequena etnografia



Figura 09: Sala de reuniões do TBIJ

Na pequena sala de reuniões do *The Bureau of Investigative Journalism* (Figura 09), em Shoreditch, região central de Londres, um grande painel apresenta uma das principais missões da organização sem fins lucrativos: “Contamos histórias que importam”.

Os prêmios em molduras lembram o reconhecimento que o TBIJ conquistou nos últimos anos. Localizado no 5º andar da *Zetland House* – que foi sede do antigo Banco da Inglaterra (Figura 10), o TBIJ tem inclusive uma cozinha no hall de entrada e uma zona de convívio junto à sala de reuniões.



Figura 10: Fachada do prédio da agência britânica

Não há ilhas editoriais como na mídia tradicional. O sistema elétrico é visível e algumas plantas estão espalhadas em um ambiente com estilo industrial. As grandes janelas trazem luz para uma sala bem iluminada e organizada com 16 áreas de trabalho (Figura 11, abaixo).



Figura 11: Ambiente da redação britânica

Quando terminou a entrevista com Charles Boutaud (de costas, na foto acima), jornalista de dados e *data leader* do *Bureau Local*, por volta das 17h13, Meirion Jones – editor investigativo do TBIJ – estava enchendo taças de champanhe para distribuir à equipe. Havia cerca de oito repórteres na redação naquele momento, ainda muito focados em seu trabalho em cada terminal de computador. Essa redação deve ser muito diferente do pequeno escritório da *City University*, que abrigou o projeto em seu nascedouro, em 2010.

Anunciado, em outubro de 2016, como o laboratório de dados local dentro do TBIJ, o projeto liderado por Megan Lucero foi lançado em 2017 com um nome que imediatamente chamou a atenção: *The Bureau Local*. Chefe de dados do *The Times / Sunday Times*, Megan Lucero ingressou no TBIJ com o objetivo de formar uma equipe com experiência em mineração, análise e visualização de *big data* para revelar importantes histórias locais ocultas em conjuntos de dados. A proposta era a produção em parceria com jornais locais e regionais, seguindo a filosofia colaborativa do TBIJ.

A conjuntura marcada pelo declínio da mídia local favoreceu a conquista de visibilidade por parte do *Bureau Local*. Cerca de 85% do Reino Unido não possuem mais mídia local – 245 veículos desapareceram desde 2005. Um estudo do *King's*

College, divulgado em 2016²¹⁰, aponta que há um déficit de democracia nas cidades que sofreram com o fechamento de mídias locais. O aumento da preocupação com cliques afastou os jornais da pauta local. Esse cenário contribuiu para a visibilidade do *Bureau Local*.

Criado com financiamento da *Digital News Initiative* do Google e da *Open Society Foundation*, o *Bureau* logo foi reconhecido como o projeto mais inovador de 2017 pelo *European Press Prize*. Aclamado como uma "esperança para o futuro do jornalismo" pelo *The Guardian*, a unidade de dados do TBIJ estabeleceu uma rede de repórteres locais, especialistas em tecnologia, acadêmicos e membros da comunidade. A plataforma *Slack* foi a ferramenta escolhida para facilitar o processo de colaboração e engajamento. Nos primeiros sete meses do *Bureau Local*, mais de 400 pessoas foram conectadas com parcerias em 90 cidades do Reino Unido – hoje são mais de 1.400.

A maioria das diretrizes do *The Bureau Local* foi estabelecida pela diretora Megan Lucero - americana da Califórnia – que foi editora da equipe de jornalismo de dados do *The Times*, braço direito nas reportagens investigativas. Lucero (2015, p.107) entende o jornalismo de dados como “uma indústria que deve escrutinar, investigar e lutar pela verdade”. Sob a premissa de que os jornalistas precisam confiar em suas fontes, a equipe de dados do *The Times* rejeitou pesquisas não confiáveis e, em vez disso, construiu metodologia própria na reportagem *The UK Divided* nas eleições de 2015. Os dados revelam fatos que influenciaram o partido vencedor em cada distrito e como a maioria da população de baixa de renda votou no partido conservador.

Devemos examinar criticamente o que é confiável; investigar mesmo quando não for fácil. (...) As dificuldades nos dados nos desafiaram a ser criativos sobre como cobrir e explicar a eleição depois que os resultados chegaram. Depois que abandonamos o modelo de previsão, nos esforçamos para usar apenas dados em que pudéssemos confiar (LUCERO, 2015, p.103)²¹¹.

Na concepção de Megan, o jornalismo de dados é um caminho para encontrar fatos. Os dados, sentença, se tornam a evidência para entender o que as

²¹⁰ Disponível em <https://www.kcl.ac.uk/policy-institute/assets/cmcp/local-news.pdf>. Acesso em 29 jan. 2019.

²¹¹ Entrevista à autora em 30 ago. 2019.

comunidades locais estão vivenciando e, portanto, dizer a verdade e ser capaz de fornecer informação precisa que contribui para melhorar a vida das pessoas; que pode ser usada para impulsionar demandas. Por este motivo, explica a especialista, o objetivo da reportagem é sempre configurado antes da visualização. É preciso primeiro definir o objetivo para saber como apresentar a narrativa:

Estamos tentando fazer investigação em grande escala, fornecer um ponto de referência comparável. Para nós, os dados nos ajudam a tomar decisões, mas não são tudo. Podem ajudar a apontar um problema e nos ajudar a ver que as coisas estão acontecendo ou não. Mas há muito trabalho investigativo adicional envolvido. Permite abrir-nos ao trabalho colaborativo, ajuda a dar uma pista, uma linha investigativa que temos de cavar (LUCERO, 2019).

Shirish Kulkarni - experiente e premiado jornalista de TV - ingressou no *The Bureau Local*, em 2019, para ocupar o papel de organizador comunitário e ganhou o reforço de Emiliano Mellino, em 2021. Os repórteres investigativos são Gareth Davies – baseado em Lancashire, Norte da Inglaterra –, Maeve McClenaghan e o líder de dados Charles Boutaud – que tem mestrado em Jornalismo Computacional pela *Cardiff University*. Como repórter-chefe do jornal local *Croydon Avertiser* (que cobre o Sul de Londres), Davies recebeu dez prêmios em cinco anos e estabeleceu um blog de dados premiado. Maeve – de Cheshire, Norte da Inglaterra – é a repórter mais premiada do TBIJ e é especialista em reportagens nacionais com uso da FOI (*Freedom of Information*), assim como Davies. Em janeiro de 2021, Emily Wilson – que trabalhou durante 17 anos no Channel 4 – assumiu o lugar de editora do *Bureau Local* enquanto Megan Lucero foi alçada à diretora da editoria. Vicky Gale foi contratada como repórter da seção *Desigualdade na Saúde* ao lado de Rachel Almada, que foi promovida de organizadora comunitária à chefe daquela seção.

O *Bureau Local* é impulsionado por algumas crenças. Há uma desconexão cada vez maior entre o que é importante para a população local e a cobertura de notícias, e a indústria de notícias enfrenta desafios de confiança, relevância e valor. O entendimento de que há uma mudança na forma como o público acessa as informações e, portanto, na relação entre a indústria de notícias e as comunidades, está no cerne da proposta do jornalismo colaborativo de dados abertos. Para potencializar essa prática, o *Bureau Local* adotou a prática do *Open Resources*

(Fontes Abertas), que oferece a metodologia da reportagem com as descobertas, dados abertos, sugestões para explorar outras pautas e até regras de embargo, se necessárias.

O *Bureau Local* já produziu mais de 400 histórias e oferece *links* para 61 *Open Resources*. As *reporting recipes* (índice da reportagem/reprodução na Figura 12, a seguir)²¹² incluem as seguintes seções: *visão geral*, *compreenda os dados*, *como explorar os dados e recursos adicionais*. Um exemplo ocorre no texto *Dying Homeless: Counting the deaths of homeless people across the UK*²¹³ – um projeto que contabiliza os custos humanos causados pela falta de moradia: a seção *compreenda os dados* faz um resumo que explica o banco de dados construído pela equipe do *Bureau* e contém *links* para o *googledocs*, *spreadsheets* e *GitHub*. Este arquivo contém todos os nomes dos mortos e condições em que morreram, além de outros pormenores²¹⁴. A parceria envolveu onze membros da rede conectada na *Slack* e resultou em 95 histórias compartilhadas com veículos locais.

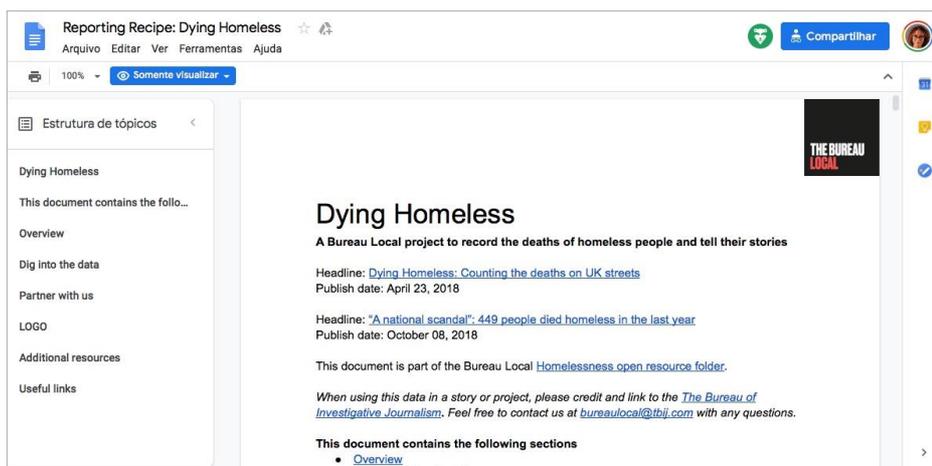


Figura 12: Índice de reportagem da agência britânica.

Charles Boutaud percebe que, apesar de ser “menos versada em dados”, Rachel Oldroyd reconhece o valor e a importância de usar o *big data* da mesma forma que a equipe do *Bureau Local*. Maeve McCleghnan traz uma perspectiva que faz parte do senso comum do grupo: o jornalismo de dados aponta tendências e

²¹² Disponível em <https://docs.google.com/document/d/12UHUPn9-UfVEPd2i4qkGsTr7jNtqxTIyUEuQdtiQh30/edit>. Acesso em 10 nov. 2020.

²¹³ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2018-04-23/dying-homeless>. Acesso em 10 nov. 2020.

²¹⁴ Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1iG6X7OE7JVcN8xltOm50KgX3xmN5ynvx0cqxAJLOpmE/edit#gid=0>. Acesso em 10 nov. 2020.

dimensiona questões sociais, a exemplo da premissa estabelecida por Meyer com a introdução da Reportagem com Auxílio de Computador, em 1967, na cobertura de distúrbios sociais em Detroit. Em agosto de 2019, Megan Lucero concedeu a seguinte informação em entrevista:

O Bureau Local trabalha em equipe com as pessoas nos bairros e comunidades. Tentamos decidir coletivamente com a comunidade no que investir. Nós meio que tomamos uma decisão e convidamos as pessoas a se juntarem a nós. Mesmo quando a decisão é sobre coisas que estão acontecendo, tentamos conduzir a reportagem com apoio da nossa rede. Eu não diria que os dados conduzem nossas histórias. É uma questão de descobrir o que está afetando as pessoas no local. Os dados tornam-se evidências para entender o que estão vivenciando. Os dados são como existimos no mundo (LUCERO, 2019).

Há uma quantidade crescente de dados sendo divulgados por autoridades nacionais e regionais para encorajar iniciativas como a do *Bureau Local*. Mas isso requer certas habilidades - ou pelo menos parceria. Hazel Sheffield (2019), que trabalhou com Gareth Davies na reportagem *Sold From Under You*, admite que se sente mais confiante após a experiência com jornalismo de dados que pareciam ser impenetráveis. A partir de uma interface interativa, a matéria permite, ao leitor informar seu CEP e saber quantos imóveis públicos foram vendidos irregularmente na localidade onde mora.

Parte das matérias publicadas pelo TBIJ segue a estrutura tradicional da mídia digital. No entanto, todas as séries do *Bureau Local* e conteúdo produzido para outras seções da organização, eventualmente com ajuda de Boutaud, fornecem dados abertos que permitem, aos leitores, ter acesso à fabricação das notícias. Dentro do paradigma do *Panama Papers*, o modelo original das *reporting recipes* favorece a cooperação, pois contém todo o passo a passo da apuração, incluindo o acesso aos dados minerados, analisados e compilados. Boutaud assinala o valor da transparência não somente para o leitor:

Você vê todos os dias artigos jornalísticos que não têm o link, mas dizem: esse número de acordo com as estatísticas... Mas queremos mostrar a tabela que construímos com base nas estatísticas. Como conseguimos esse número. É por isso que deixamos aberto não apenas para os jornalistas com os quais nos conectamos, quero dizer, com os quais colaboramos durante a investigação, mas para fornecer acesso. Idealmente, eles também podem se tornar ferramentas (BOUTAUD, 2019).

A plataforma *Slack*, do *Bureau Local*, iniciou suas atividades em 26 de abril de 2017. Reúne acadêmicos, cidadãos, diretores de cinema, jornalistas de dados, designers, programadores, estudantes, pesquisadores e muitos outros. Alguns exemplos: o jornalista e professor Paul Bradshaw (que lidera o Mestrado *Multiplatform and Mobile Journalism* na Universidade de Birmingham), o ativista político John Brace, o reitor da *Newspeak House* (coletivo de tecnólogos ativistas) Edward Saperia; o correspondente do *Sunday Times Northern* David Collins e o palestrante da *Goldsmith University of London* Andy Freeman, especializado em jornalismo digital, visualização de dados e interações digitais.

A observação sistemática da plataforma foi feita durante seis meses – de setembro de 2019 a março de 2020. A *Slack* possuía 12 canais de trabalho, dentre os quais *Newsroom* (sala de redação), *Local Power* – onde foi gestada série de mesmo nome que englobou a reportagem *Sold From Under You*²¹⁵, o canal *Lets_meet up*, com informações sobre eventos, cursos e encontros da comunidade *hacker*.

Às sextas-feiras, era realizado o *Story Circle* (Círculo de Estória), das 13h às 14h, que funcionava como um fórum para repórteres se reunirem com membros da comunidade. O objetivo era possibilitar uma compreensão melhor de possíveis pautas através do diálogo aberto com a população. A participação em um encontro realizado em Edimburgo em setembro de 2019 evidenciou a dificuldade em mobilizar audiência. Liderado por Maeve McChenaghan, este *círculo* contou com a presença de apenas um sem-teto, de autoridades e jornalistas²¹⁶. A ideia, porém, não foi adiante. O projeto *Story Circle* foi descontinuado após uma mudança na política na *Slack* do *Bureau*:

Olá a todos! O Bureau of Investigative Journalism introduziu recentemente novas orientações e protocolos de segurança para os funcionários. Parte disso inclui uma política de retenção / exclusão de mensagens. A ideia é reduzir a quantidade de conversas informais que mais tarde podem ser divulgadas em processos judiciais. Geralmente, ao lidar com comunicações que você não deseja reter, pode parecer questionável se você volte e exclua coisas fora do contexto de uma política de retenção. É por isso que no Bureau temos uma política geral de que todos os bate-papos informais têm um vencimento de sete dias - sem exclusão

²¹⁵ Disponível em <https://council-sell-off.thebureauinvestigates.com/>. Acesso em 11 nov. 2020.

²¹⁶ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/blog/2020-01-10/taking-a-story-full-circle>. Acesso em 25 jan. 2020.

ad-hoc, apenas uma política simples e oficial. Uma política de retenção semelhante no *Bureau Local Slack*. A partir de agora, cada mensagem - isso inclui mensagens em canais públicos e privados, bem como mensagens diretas - terá um prazo de validade de quatorze dias. Estamos permitindo um período de tempo maior antes da exclusão para levar em conta a natureza "social" do Slack e o fato de que as pessoas podem não fazer login com tanta frequência quanto em outras plataformas. Nos próximos dias, também excluiríamos retroativamente em massa todas as mensagens publicadas há mais de quatorze dias em canais públicos e privados, bem como as mensagens diretas. Porque o Slack é uma plataforma que não costuma ser usada como arquivo, mas sim para mensagens imediatas, vemos esta nova política como uma boa prática de dados. Envie-me uma mensagem se tiver mais perguntas²¹⁷.

Comunicada no dia 15 de outubro de 2019, a mudança provocou esvaziamento do espaço enquanto esfera pública virtual, pois todas as mensagens passaram a ser apagadas regularmente, o que eliminava o arquivo que, até então, permanecia visível.

Hoje, a Slack possui apenas 7 canais que conectam mais de 1.786²¹⁸ pessoas, mas durante o tempo de observação da plataforma ficou claro que cada vez menos pessoas interagiam. Sempre apareciam os mesmos nomes. Para ter acesso irrestrito aos canais com seus conteúdos, foi estabelecido um plano *standard* que custa 5,25 libras ou *plus* por 9,75 libras, o que sugere um paradoxo frente à filosofia *open source*.

Durante a observação, foi possível rastrear o movimento anterior a setembro de 2019 e perceber que a *Slack* criava um ambiente de interação que permitiu a gestação de reportagens de dados com o agenciamento de colaboradores

²¹⁷ Tradução da autora para: *Hi everyone! The Bureau of Investigative Journalism has recently introduced new security guidance and protocols for staff. Part of this includes a message retention / deletion policy. The idea for this is to reduce the amount of informal chatter that could later be disclosed in court cases. Generally, when dealing with communications you do not want to retain, it could look questionable if you go back and delete things outside of the context of a retention policy. That's why at the Bureau we have a blanket policy that all informal chats have a seven-day expiration – no ad-hoc deletion, just a simple and official policy. To closer align with this new security policy at TBIJ, we will put in place a similar retention policy in the Bureau Local Slack. Starting from now, every message - this includes messages in public and private channels as well as direct messages - will have a fourteen-day expiration. We are allowing a longer timeframe before deletion to account for the "social" nature of Slack and the fact that people might not login as often as they do on other platforms. In the coming days we will also retroactively delete in bulk all messages that were published more than fourteen days ago in public and private channels as well as direct messages. Because Slack is a platform that is not often used as an archive but instead for immediate messages, we see this new policy as good data practice. Do DM me if any further questions.*

²¹⁸ Dado atualizado em 27 set. 2021.

– entre profissionais, estudantes de jornalismo e até cidadãos. Funcionava como fonte e circulação de informação – de matérias, de relatórios, de dicas e orientações. O engajamento em coberturas como *Local Power* foi intenso. Na sala de redação, o estímulo à participação vinha expressa em palavras: “Conte-nos suas ideias para investigação e histórias. Que histórias você gostaria de explorar e como podemos ajudar?”

Maeve McClenaghham reconhece, de forma franca, o esvaziamento da plataforma ao lembrar o engajamento para a produção de *Homelessness*:

Para ser totalmente honesta, o objetivo era ser totalmente *crowdsourced*. Claro que as pessoas estão ocupadas. Nem todos estavam a bordo desde o início. Então, basicamente, havia muito trabalho falando com as pessoas. Os jornalistas que atuaram em suas áreas foram realmente notáveis. Era uma apuração subterrânea. O cenário ideal era ter uma rede de pessoas. Aconteceu que não foi o caso. Mas serviu como aprendizado. Temos que gerenciar nossas expectativas. Nem todo mundo abre todos os dias (*a Slack*) e verifica. Havia muitos emails. Temos uma lista de *networking*. Quando iniciávamos uma investigação, tínhamos uma lista de pessoas que concordava em fazer parte do projeto. Também criei um formulário *google* aberto a todos. E conseguimos fontes. E então havia um trabalho de verificação de fatos. Foi um trabalho adicional. As pessoas trabalham de maneiras diferentes. Algumas pessoas precisam de um email, algumas pessoas precisam de um telefonema. Também temos bate-papos com tópicos pré-definidos e é muito bom ver as pessoas envolvidas nisso. Mas também são as mesmas pessoas (McCLENAGHAN, 2019).

A mudança na política da *Slack* mostrou um paradoxo que se dissocia da ideia de transparência. Recentemente, foram escolhidos novos colaboradores para o *Bureau Local*, mas a aquisição não representou mudança no cenário da *Slack* que, claramente, perdeu sua força. Tornou-se mais um local de bate-papo, com eventual troca de informações sobre matérias e realização de *webinars* – seminários *online* que se tornaram mania com a chegada da pandemia (Figura 13, a seguir) –, uma aposta do TBIJ desde que se iniciou o primeiro *lockdown* no Reino Unido que tem uma média de público de 150 pessoas em cada evento²¹⁹.

²¹⁹ Os webinars não têm mais sido organizados regularmente (em 2021).

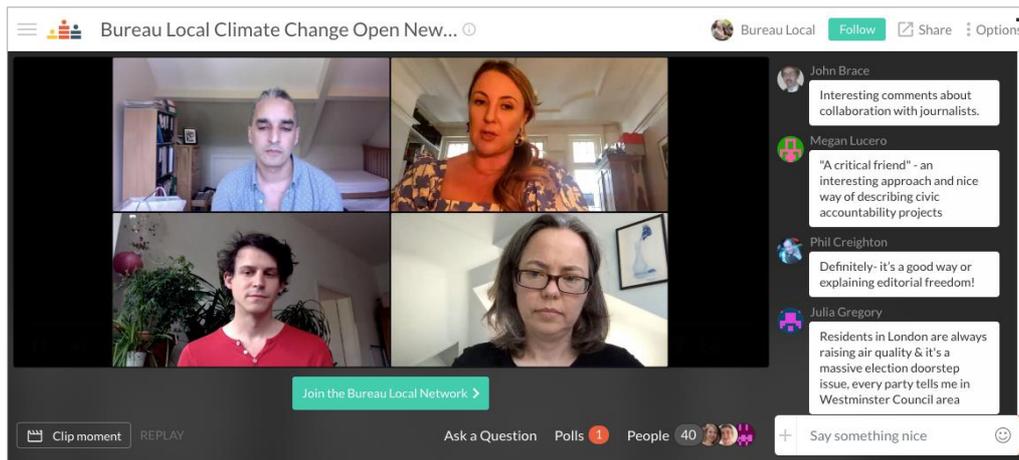


Figura 13: Print de tela de webinar da agência britânica

“A colaboração é a nova competição” foi uma afirmação que surgiu nas entrevistas. Embora o TBIJ siga realizando parcerias com grandes veículos (como demonstra a Figura 14, abaixo), percebe-se que esta prática impõe desafios, especialmente na slack. Acostumada a dividir a reportagem com pelo menos dois outros repórteres de diferentes veículos, Alexandra Heal – repórter da editoria que cobre meio ambiente – revela que, atualmente, a equipe trabalha com um *practioner editor*, que tem como função juntar todas as pontas da apuração, evitar obstáculos à verificação e *fact-checking* e atrasos na publicação das reportagens colaborativas.

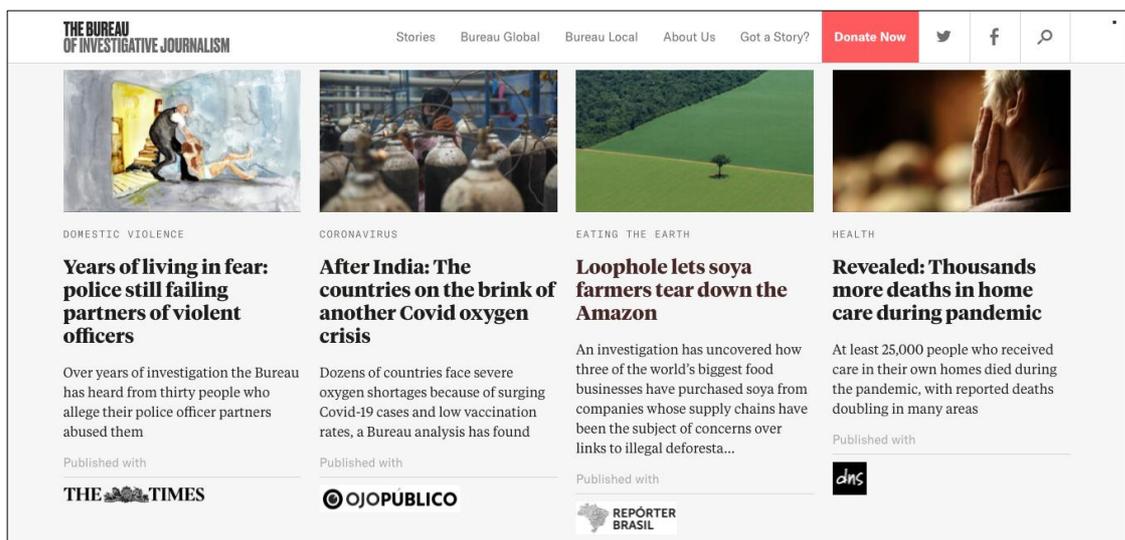


Figura 14: O jornalismo colaborativo na agência britânica

4.3. Evidência e transparência

A internet não só provocou a fragmentação do campo profissional bem como abriu novas possibilidades no que tange às rotinas profissionais calcadas em rupturas e continuidades. Se presume uma nova epistemologia, o jornalismo de dados abarca um hibridismo que combina expertise tecnológica aliada a procedimentos clássicos da profissão (BORGES-REY, 2017; PARASIE & DAGIRAL, 2013; FINK & ANDERSON, 2015; HERMIDA & YOUNG, 2019). Por outro lado, como observa Parasie (2019, p.264), assenta-se na progressiva dataficação do mundo facilitada pela capacidade coletiva de transformar documentos em dados.

A cultura do hiperlink que se espraia nas plataformas digitais propicia o processo de transparência a partir do acesso ao crescente volume de dados datificados. Os links externos direcionados para documentos e dados coletados e organizados em planilhas (*spreadsheets*) ampliam esta possibilidade (MEIER, 2009). A produção das agências Pública, GN e TBIJ é exemplo da prática do jornalismo de dados abertos. A hipótese da tese é que essa práxis permite a verificação dos fatos relatados e, dessa forma, contribui para reforçar a credibilidade no jornalismo. Como já foi observado, estudiosos do jornalismo de dados se coadunam na percepção do potencial de este campo jornalístico fornecer narrativas credíveis.

Sabemos que jornalismo não é uma ciência *stricto sensu*, mas Phillip Meyer percebe similitudes: enquanto cientistas testam a realidade através de observações e deduções, os jornalistas fazem uma verificação cruzada ao ouvir diferentes fontes com atitudes semelhantes como ceticismo, instinto de operacionalização, tentativa de desvelar os fatos e capacidade de apreensão e replicabilidade (MEYER, 2002, p.10). A exemplo de Philip Meyer, Kovach e Rosenstiel (2003) definem parâmetros²²⁰ que aproximam o jornalismo de uma prática científica a partir da noção de “objetividade de método” (MEYER, 1973/2002).

Sem desprezar a questão da transparência editorial (ver subcapítulo 3.4), adotamos aqui o conceito da “regra da transparência” no que tange ao “campo

²²⁰ Parte dos métodos foi consolidado a partir de entrevistas com jornalistas que ganharam o Prêmio Pulitzer, editores e ex-editores de jornais, como *The New York Times*, *The Times*, *The Washington Post*, e professores de jornalismo.

das matérias”, como especificaram Kovach & Rosenstiel (2003, p.127). Buscamos, como arcabouço teórico, a ideia de “jornalismo de verificação” como foi cunhado por esses autores (ibidem, p.119). O norte é o método científico que estabelece a possibilidade de comprovação de um experimento como pressuposto de objetividade e confiabilidade. O princípio da *regra* passa pela perspectiva de que o jornalista habilitará o leitor a avaliar a informação fornecida em sua reportagem, ou seja, poderá verificar a qualidade do conteúdo (ibidem, p.128).

Singer (2005, p.179) recorre à regra da transparência de Kovach e Rosenstiel como forma de fazer contraponto à ideia da redação jornalística como uma “caixa preta” cujo funcionamento é algo impenetrável. Como estabelecem os autores americanos, o jornalismo de verificação presume explicar como se obteve um conhecimento e, por conseguinte, porque se acredita nele. Tuchman (1972/1999, p.119) converge neste sentido ao discorrer sobre “a apresentação de provas auxiliares. Aliada ao uso de aspas nos depoimentos – que, *em tese*²²¹, serve para esvaziar o texto de opinião – Tuchman percebe tais procedimentos como “rituais estratégicos”. Ao refletir sobre a questão da transparência, Karlsson (2011, pp.180-181) observa que os rituais estratégicos percebidos por Tuchman providenciam “elementos discerníveis” para o escrutínio do público, que estão relacionados a rotinas padronizadas.

Entre as “técnicas” ou “recursos” estão a disciplina de verificação – que passa pela checagem prévia e referência às fontes de informação; fontes e documentos oriundos de fontes primárias – “comunicados de imprensa são fontes secundárias” –, a informação sobre métodos, a precisão na formulação dos depoimentos e a diversidade, ou seja, não favorecer um ponto de vista (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, pp.126-139). A fonte não identificada ou fonte entrevistada a partir de disfarce são prerrogativas a se evitar, bem como fontes anônimas – “se a fonte de informação é descrita de forma ampla, o público pode decidir por sua conta se a informação é crível” (ibidem, p.140).

²²¹ Neste sentido, Kovach e Rosenstiel percebem sutilezas na construção da notícia que perpassam questões éticas: “os jornalistas que selecionam as fontes pra expressar o que na verdade é seu próprio ponto de vista, e depois usam a voz neutral para que tudo pareça bem objetivo, estão trapaceando. Isso prejudica a credibilidade da profissão ao fazê-la parecer sem princípios, desonesta e preconceituosa”. Este é um alerta muito importante numa era em que os padrões jornalísticos são postos em dúvida (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.117).

Acesso a documentos e dados organizados em planilhas, informação sobre métodos empregados para realizar uma reportagem – recursos comuns nas rotinas das agências pesquisadas – configuram-se evidências passíveis de discernimento, ou seja, de apreciação, por parte da audiência. A transparência propiciada pela interatividade perpetrada pela publicação de *links* para materiais brutos ou fontes que originaram a notícia é um recurso constatado por pesquisadores (KARLSSON, 2011; HAYES et al., 2007). Em 2011, Karlsson (ibidem, p. 293) já assinalava a relevância de pesquisas sobre rotinas em redações que operacionalizam esta prática.

A fim de medir o rastro de “elementos discerníveis” das boas práticas nas reportagens das agências pesquisadas, partimos de um percurso teórico-metodológico que levou em conta o processo de construção de uma notícia. Consideramos dois indicadores macros – *método* e *evidência* – como parâmetros que nos permitem avaliar a possibilidade de verificação da qualidade da reportagem. Para medir *método*, foram definidos os subindicadores: *fontes dados*, *outras fontes*, *expertise*, *diversidade* e *metodologia*. Para avaliar *evidência* foram definidos: *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *efetividade*, *visualização* e *fonte não identificada*.

Os subindicadores funcionam como “elementos discerníveis” e servem de fulcro na mensuração dos indicadores macros *método* e *evidência*. Juntos, os dois apontam o nível de transparência consumada nas reportagens. O objetivo foi encontrar a resposta para a pergunta da pesquisa: *como as agências Pública, Gênero e Número e TBIJ fornecem método e evidência em suas reportagens?* Antes de apresentar cada um dos subindicadores, e seus perfis teórico-metodológicos, julgamos necessário um aprofundamento na natureza da proposta experimental que a pesquisa empreendeu.

4.4. Análise de conteúdo – uma proposta experimental

Para mensurar os indicadores *método* e *evidências* – que apontam a transparência e a possibilidade de verificação do conteúdo construído pelas agências –, foi necessário empreender um percurso teórico-metodológico a fim de refletir sobre a adoção ou disseminação de novas competências ou modos de fazer que constituem as práticas vinculadas ao jornalismo de dados (subcapítulos 2.4 – *Objetividade e método* – e 3.3 – *A epistemologia do jornalismo de dados*).

Qual a estrutura basilar das reportagens, ou seja, a origem da informação que será organizada em *spreasheets*, planilhas *Excel* ou *Google Docs*? Este fator é apontado pelo subindicador *fontes dados*. Com base em um saber de procedimento, que outras fontes primárias complementam e conferem rigor à apuração? Este elemento é auferido no levantamento de *outras fontes*. Qual a importância da cultura dos *hiperlinks* que consubstancializa o acesso ao material bruto da reportagem e concretiza o processo de transparência? Como os dados são apresentados ao leitor, ou seja, que tipos de visualização contribuem para promover mais evidência? Quão efetiva é a transparência se o *link* que permite o acesso aos dados está quebrado e não funciona, ou seja, qual a *efetividade* da linkagem. Este obstáculo é mote de artigo recente que joga luz sobre questão derivada do jornalismo digital (HERAVI et al., 2021). Até que ponto os dados são de fato disponibilizados pelas três agências focalizadas? O subindicador *dados abertos* responde à questão, enquanto o subindicador *metodologia* informa que reportagens oferecem esta informação adicional.

Com base em revisão teórica apresentada no percurso da tese – e fulcro na observação prévia das reportagens –, foram definidos os subindicadores que permitem avaliar tanto o *método* quanto a *evidência* e responder à questão instada pela pesquisa. A verificação da precisão, através dos dados abertos, é um fator relevante na construção da credibilidade de quem enuncia e na credibilidade atribuída pelo leitor (LISBOA & BENETTI, 2015, p.12). O ritual da transparência permite o estabelecimento de uma “fé comum” entre quem produz a notícia e quem a consome (KARLSSOM, 2010, p.537). Cabe ressaltar que os subindicadores foram definidos com o propósito de inferir padrões de rigor e precisão que apontam para o nível da qualidade e, portanto, confiabilidade das reportagens.

Iniciativas buscaram estabelecer padrões de qualidade para o jornalismo, como o Ranking Q-Avalia (GUERRA, 2020) e o Projeto Credibilidade²²². E outros trabalhos se debruçaram sobre o mesmo tema, como os de Guerra, 2010; Christofolletti, 2010; Cerqueira, 2010; Mcquail, 1992 e Diakopoulos & Essa, 2008.

O trabalho de Guerra (2010) para a Unesco – *Sistema de Qualidade de Gestão Aplicado ao Jornalismo* – apresenta um exemplo de ferramenta de avaliação. Um sistema de gerenciamento de qualidade com critérios nada/nunca,

²²² Disponível em <https://www.credibilidade.org/indicadores>.

fraco/algumas vezes, forte/frequente, muito forte/sempré. O Ranking Q-Avalia serviu como parâmetro na criação da metodologia experimental própria para a pesquisa em tela a partir de tabelas como *padrão de desempenho* – que avalia o padrão editorial. Em sua escala, Guerra define o que é ruim, regular, bom, muito bom e excelente. Outro indicador inspirador foi *efetividade* – “se há dados e informações que demonstram o grau em que o recurso avaliado atinge os objetivos a que se destina” (GUERRA, 2020, p.65).

McQuail (1992) estipulou um índice de qualidade que inclui três elementos: processo de seleção (citação e natureza das fontes) e processo de preparação (que mede a precisão, profundidade, diferentes perspectivas e contribuição prestadas por outros elementos de informação). Diakopoulis e Essa (2008), por sua vez, criaram um modelo para avaliar reportagens de vídeo – o *Videolyzer*. Os indicadores-chaves foram: validade, precisão, confiabilidade, parcialidade, transparência e abrangência (que indica o nível de *fairness*).

Lacy e Rosenstiel (2015) apontam o número de fontes entre os indicadores do nível de excelência de uma reportagem. Na tentativa de contribuir para reflexão sobre a medida da qualidade, os autores sugerem avaliar o *número de fontes* a fim de medir precisão, *diferentes pontos de vista* e *fairness* (sinônimo de oportunidades iguais que mostra o equilíbrio de forças na reportagem). *Expertise* (que denota autoridade profissional), *diversidade de estilos multimídia*, com narrativas apoiadas no melhor uso de novas tecnologias, *links* que conduzem a informações adicionais e *transparência* são outros indicadores relevantes.

A transparência que a análise de conteúdo pretende averiguar é a das rotinas jornalísticas e se coaduna com os preceitos de Lacy e Rosenstiel. Na tentativa de definir e medir a qualidade no jornalismo, os autores entendem transparência como “esforço no sentido de compartilhar evidências com o público, ser específico sobre as fontes e revelar os esforços feitos para verificar as notícias” (LACY & ROSENSTIEL, 2015, p.59), uma ideia que se coaduna com a “regra da transparência” estabelecida por Kovach e Rosenstiel (2003). A franqueza sobre o que não sabe e o que não pode verificar, assinalam Lacy e Rosenstiel (2015), também exhibe o grau de transparência. Com base no estudo de Spurk, Lopata e Keel, argumentam que esta estratégia resulta em precisão e “objetividade” evocada por autores como Guerra (2008) e Schudson (2010a). Entretanto, é importante

destacar a compreensão que o acesso a métodos e processos não necessariamente se constitui uma transparência sobre linha editorial.

O trabalho de Cerqueira (2010) apresenta uma série de questionamentos que levam à inferência da qualidade. Adaptamos algumas perguntas para o universo do jornalismo de dados incluídas, em profundidade, nas entrevistas:

- 1) Como se dá a verificação (*fact-checking*)?
- 2) Como evitar falhas, erros de verificação e erros de interpretação?
- 3) Como se dá a escolha de fontes?
- 4) Como se garante a diversidade de vozes?
- 5) Há preocupação com a contextualização?
- 6) As informações incorretas são retificadas com rapidez?
- 7) Os prazos de entrega são dimensionados para sustentar a busca por qualidade da produção?

Outra iniciativa que serviu de base para a pesquisa aqui relatada foi o *Projeto Credibilidade*, um levantamento feito, entre junho de 2016 e janeiro de 2017, junto a 314 jornalistas com mais de dez anos de profissão, em 15 cidades brasileiras com o objetivo de apontar indicadores de qualidade e compreender a visão de repórteres, editores e diretores sobre o papel do jornalismo²²³. O Sistema de Indicadores de Credibilidade inclui princípios éticos, padrões consistentes de condutas e protocolos de apuração a partir das entrevistas realizadas. O documento guiou a pesquisa realizada por Träsel, Lisboa e Reis (2018) sobre a qualidade de conteúdo político brasileiro em 24 veículos. Os indicadores no Projeto Credibilidade, compilados pelos autores, são:

- **Melhores práticas:** apresentação de informações sobre financiamento, estrutura societária, história, missão e compromissos éticos da organização, tais como política para correções, diversidade na seleção de fontes e na contratação de funcionários, padrões de qualidade, entre outras;
- **Expertise do autor:** detalhes sobre o repórter, como temas nos quais tem experiência profissional, línguas que domina, formação, premiações, vínculo com o ciberjornal, presença em redes sociais, entre outros;
- **Tipo de trabalho:** etiquetas incluídas nas matérias, para distinguir opinião, análise, humor e publicidade de reportagens noticiosas;
- **Citações e referências:** vinculação de evidências sobre documentos e

²²³ A pesquisa ouviu profissionais no O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Jornal da Cidade, Nexo, Editora Abril, Zero Hora e Jornal de Jundiá, entre outros.

pessoas cujo conteúdo ou declarações são usados numa reportagem aprofundada, incluindo perfis em redes sociais, bancos de dados, textos, fotos ou vídeos em redes sociais, artigos científicos, entre outros;

- **Métodos:** também voltado para reportagens em profundidade, este indicador prevê a exposição dos bastidores do trabalho jornalístico, como o número de fontes entrevistadas ou documentos consultados, as viagens realizadas, os editores envolvidos ao longo da produção, as motivações do repórter, entre outros aspectos;
- **Apuração local:** informar quando uma reportagem foi realizada *in loco*, incluindo geolocalização;
- **Diversidade de vozes:** oferta de vínculos para relatórios de recursos humanos e manuais de redação que evidenciem os esforços da redação para garantir maior diversidade à cobertura;
- **Feedback acionável:** divulgação da política editorial para colaboração com público e contatos dos responsáveis pela interação.

Com inspiração no Ranking Q-Avalia e no resultado do Projeto Credibilidade, elaboramos uma proposta experimental, que possui um “protocolo de avaliação” com mensuração própria. A metodologia criada buscou avaliar o rigor invocado na produção das reportagens, ou seja, o método empregado, e a precisão conferida no processo de apuração, ou seja, evidências de exatidão²²⁴. Neste sentido, por essa proposta experimental, buscamos respaldar a análise de conteúdo e conferir consistência e validação ao resultado obtido.

Apesar de proposições diversas, as pesquisas citadas se aproximam do trabalho realizado junto às agências. Um dos itens propostos por Guerra (dentro de onze objetos que permitem medir o desempenho é a avaliação do “processo, o conjunto de ações e procedimentos destinado à produção do produto e do pacote, desde a captura do material bruto (uma informação, um fato etc.) até a sua veiculação pública na forma de um produto ou pacote mal acabado; o processo deve ser avaliado na sua capacidade de gerar produtos qualificados” (GUERRA, 2020, p.56).

Os subindicadores também se respaldam em pesquisas empíricas realizadas por autores do segmento do jornalismo do dados, como as de Loosen et al., 2015; Ojo & Heravi, 2017 e Hermida & Young, 2019. A partir da observação prévia de

²²⁴ A avaliação do mérito sem checagem dos resultados da apuração, diferente do que foi feito por pesquisadores como Maier (2005) e Hanson e Wearden (2004), que buscaram as fontes para confirmar informações publicadas, respectivamente, em jornais Americanos e TVs em Cleveland, Estados Unidos.

particularidades do jornalismo de dados, selecionamos e agregamos itens que são aplicáveis ao jornalismo de dados e revelam o processo de produção (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). Ao propor o sistema Q-Avalia – para medir a qualidade da informação de veículos brasileiros e portugueses –, Guerra atenta para a falta de ferramentas para avaliação da produção jornalística que contemplem requisitos de qualidade – proposta do Q-Avalia²²⁵. A análise em tela busca suprir possíveis lacunas existentes em relação ao jornalismo de dados.

4.5. Conceito de dados

Cabe, primeiramente, destacar o conceito de dados adotado nesta pesquisa. Quando se fala em dados, muitos compreendem apenas os números ou percentuais consolidados em planilhas. Para a proposta experimental em tela, que foge das convenções, dados são quaisquer evidências que reforcem a precisão da apuração e tragam transparência. Como foi explicitado no subcapítulo 3.3 (*A epistemologia do jornalismo de dados*), há uma plêiade de definições para o jornalismo de dados.

A classificação considerou a visão sobre o campo pesquisado expressada pelos profissionais que contribuíram para a pesquisa (GEERTZ, 1981/2017). Maeve McCleghnam, da editoria *Bureau Local* do *The Bureau of Investigative Journalism* expõe um pensamento comum entre os profissionais: “Dados são tudo. Não se trata apenas de números e planilhas (...), mas talvez a percepção pública disso não seja a mesma que temos”. Andrea Dip, da Agência Pública, complementa: “não dá para fazer jornalismo investigativo sem dados, assim como não dá para fazer jornalismo de dados sem investigação”. O caráter irrefutável dos documentos e dados abertos funciona em duas frentes: tanto confere autenticidade como evita processos jurídicos.

Muitos destes documentos são acessíveis através de links “genuínos”. Portanto, para efeito da pesquisa em tela, dados abertos englobam: legislação, artigos acadêmicos, relatórios, emails, cartas, estudos, estudos e formulários de LAI – Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2011) ou FOI – *Freedom of Information* (UNITED KINGDOM, 2000, no caso do Reino Unido, e THE UNITED STATES

²²⁵ O Q-Avalia faz uma avaliação do ponto de vista da gestão editorial. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2020v17n1p54/43591>. Acesso em 04 jan. 2021.

OF AMERICA, 2016, nos Estados Unidos, por exemplo) – e os dados minerados que constituem o material bruto da apuração – *googledocs*, *spreadsheets* e *GitHub*, ou seja, tudo aquilo permite a verificação do teor do que é visualizado ou informado nas reportagens.

4.6. O ponto de partida do método experimental

O método experimental adotado para a análise de conteúdo das três organizações partiu da desconstrução das reportagens em unidades nomeadas *subindicadores* lançadas em planilha Excel devidamente separadas por agência: *metodologia*, *expertise*, *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *diversidade (fairness)*, *visualização*, *fonte não identificada* e *efetividade*.²²⁶

Para medir *método*, foram escolhidos cinco subindicadores: *fontes dados*, *outras fontes*, *expertise*, *diversidade* e *metodologia*. Para avaliar o grau de *evidência*, foram considerados seis: *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *efetividade*, *visualização* e *fonte não identificada*.

Cada subindicador ganhou uma aba nas planilhas das respectivas agências com os itens específicos. A partir da desconstrução e leitura atenta de cada reportagem, os dados quantitativos foram lançados na tabela – números absolutos. Na Figura 15, a seguir, apresentamos o exemplo da coluna com o subindicador *fontes dados*, que inclui dados oficiais extraídos, dados ONGs extraídos, dados construídos e os obtidos por meio de FOI/LAI (*Freedom of Information/Lei de Acesso à Informação*). As planilhas estão disponíveis para acesso e consulta²²⁷.

²²⁶ Importante ressaltar que, além do arcabouço teórico-metodológico que sustentou a elaboração dessas categorias, a experiência de 32 anos como repórter contribuiu sobremaneira para que a pesquisadora pudesse consolidar a proposta experimental de análise de conteúdo com a supervisão de seu orientador, doutor Leonel Azevedo de Aguiar, que atuou, durante anos, como repórter e também é professor de jornalismo investigativo na PUC Rio.

²²⁷ Link para acessar a Agência Pública: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KbEOIL8At-VqarKjNOUaynS-ijXSKwC2Aq0YTRwddn4/edit#gid=1999592787>. Para acessar o TBIJ: https://docs.google.com/spreadsheets/d/14RKIsoShdSTr7_OomRczdgdzpsa5uEHnmbx4WY1ZCY/edit#gid=163591110. E para acessar a GN: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fEn1MYIJ0wvjErQBliyyw5RgQsL M841iqL TuF74YJy0/edit>.

Matéria	dados oficiais extraídos	dados ONG extraídos	Dados construídos	FOI / LAI	Dados humanos	documentos	Total	Categoria	Peso
Matéria_1	0	0	0	1	0	9	10	Muito Forte	4
Matéria_2	2	0	0	0	9	9	20	Muito Forte	4
Matéria_3	6	0	0	0	10	5	21	Muito Forte	4
Matéria_4	1	0	0	0	0	0	1	Moderada	2
Matéria_5	1	0	0	0	2	4	7	Muito Forte	4
Matéria_6	6	0	0	0	2	2	10	Muito Forte	4
Matéria_7	3	0	0	0	0	0	3	Forte	3
Matéria_8	1	0	0	1	0	1	3	Forte	3
Matéria_9	0	0	0	1	0	2	3	Forte	3
Matéria_10	2	0	0	0	0	0	2	Moderada	2
Matéria_11	4	0	0	0	0	11	15	Muito Forte	4
Matéria_12	3	0	0	0	0	3	6	Muito Forte	4
Matéria_13	1	1	1	0	0	4	7	Muito Forte	4
Matéria_14		1	0	0	0	6	7	Muito Forte	4
Matéria_15	0	0	0	0	0	1	1	Moderada	2
Matéria_16	2	0	0	0	0	3	5	Muito Forte	4
Matéria_17	1	0	0	0	0	1	2	Moderada	2
Matéria_18	1	0	0	2	0	14	17	Muito Forte	4
Matéria_19	4	0	0	0	0	2	6	Muito Forte	4
Matéria_20	4	0	0	1	0	2	7	Muito Forte	4
Matéria_21	1	0	0	0	1	8	10	Muito Forte	4
Matéria_22	0	0	0	1	10	2	13	Muito Forte	4
Matéria_23	0	0	0	1	0	3	4	Forte	3
Matéria_24	1	0	1	0	0	0	1	Moderada	2
Matéria_25	1	0	0	0	0	4	5	Muito Forte	4

Figura 15: Exemplo de Planilha Fontes Dados

A soma dos números lançados perfaz um total que indica uma categoria. No caso de *fontes dados*, as categorias são: muito forte, forte, moderada e fraca. Cada categoria corresponde a um peso. Por exemplo, a matéria_23 soma quatro pontos – resultado da combinação de uma fonte oriunda de LAI (Lei de Acesso à Informação) e de três documentos. Recebe, por isso, peso 3 que corresponde a categoria *forte*. A planilha dos subindicadores traz as categorias (ver acima, a planilha para *fontes dados*). Abaixo, exemplificamos, com o Quadro 01, os pesos definidos para *fontes dados*.

Quadro 01 : Mensuração para fontes dados

	Mínimo	Máximo	Peso
Fraca	0	0	1
Moderada	1 fonte	2 fontes	2
Forte	3 fontes	5 fontes	3
Muito Forte	Acima de 5 fontes		4

Cada subindicador será abordado a seguir, com anotações teórico-metodológicas e explicações sobre os critérios para mensuração das categorias e seus respectivos pesos.

O Quadro 02, abaixo, apresenta as categorias e pesos dos subindicadores que nos apontaram se *método* é completo, parcial ou incompleto. O desempenho anotado em cada subindicador aponta em que peso a reportagem é enquadrada e determina a avaliação final.

Quadro 02: Categorias para avaliar método

Subindicador	Desempenho	Peso
Fontes Dados Outras fontes Expertise	Fraca	1
	Moderada	2
	Forte	3
	Muito forte	4
Metodologia	Inexistente	0
	Existente	1
Diversidade	Falta	1
	Pouca	3
	Muita	5

Os pesos auferidos para cada subindicador são lançados nas tabelas dos indicadores macros *método* e *evidência*.

A seguir, a aba *método* na planilha Excel – da Agência Pública – engloba os subindicadores *metodologia*, *expertise*, *fontes dados*, *outras fontes* e *diversidade*. Na planilha, é possível ver os pesos para cada um dos subindicadores implicados e qual a avaliação que a reportagem recebe (Figura 16).

Matéria	Metodologia	Expertise	Fonte dados	Outras fontes	Pontos de Vista	Total	Método
Matéria_1	1	4	4	3	5	17	Completo
Matéria_2	1	3	4	2	1	11	Parcial
Matéria_3	1	4	4	4	5	18	Completo
Matéria_4	1	4	2	4	5	16	Completo
Matéria_5	0	3	4	4	5	16	Completo
Matéria_6	1	4	4	4	5	18	Completo
Matéria_7	0	4	3	4	5	16	Completo
Matéria_8	0	4	3	2	1	10	Parcial
Matéria_9	0	3	3	2	1	9	Parcial
Matéria_10	0	3	2	4	1	10	Parcial
Matéria_11	1	4	4	4	3	16	Completo
Matéria_12	0	4	4	4	5	17	Completo
Matéria_13	0	4	4	4	1	13	Parcial
Matéria_14	0	3	4	4	5	16	Completo
Matéria_15	0	4	2	4	5	15	Completo
Matéria_16	1	3	4	4	5	17	Completo

Figura 16: Exemplo de Planilha Método.

O Quadro 03, a seguir, indica a quantidade de pontos estabelecida como limite para o método da reportagem ser considerado incompleto, parcial ou completo. Os limites decorrem da soma dos pesos estabelecidos para cada subindicador. A pontuação máxima que uma reportagem pode receber para o indicador *método* é, portanto, 18, e a mínima é 4 (ver planilha *método* acima). A

variação do resultado final está intimamente relacionada ao desempenho da reportagem em cada subindicador, medido pelas categorias que são traduzidas em forma de pesos.

Quadro 03: Limites para método

Limite Inferior	Limite Superior	Método
13	-	Completo
8	13	Parcial
0	8	Incompleto

Um exemplo, a matéria_1, da Agência Pública – *O mapa da cloroquina: como o governo Bolsonaro enviou 2,8 milhões de comprimidos para todo o Brasil* – (ver Planilha Método) foi cotada com metodologia *existente* (peso 1), expertise *muito forte* (peso 4), fontes dados *muito forte* (peso 4), outras fontes *forte* (peso 3) e com *muita diversidade* (peso 5). A reportagem obteve, então, 17 pontos, total que, pelo quadro de limites acima, foi avaliada como completa, já que ultrapassou 13. Como se vê, é a combinação do desempenho anotado e verificado em cada subindicador que indica, por conseguinte, o grau de método ou de evidência em cada reportagem.

Abaixo, o Quadro 04 classifica as categorias e pesos dos subindicadores como *evidência* fraca, moderada, forte e muito forte. Mensurações e pesos de cada subindicador serão abordados a seguir.

Quadro 04: Categorias para avaliar evidência

Subindicador	Evidência	Peso
Fontes Dados Outras fontes	Fraca	1
	Moderada	2
	Forte	3
	Muito forte	4
Fonte não identificada	Ausente	0
	Ruim (50%)	-1
	Muito ruim (75%)	-2
	Péssimo (100%)	-3
Visualização	Inexistente	1
	Poucos	2
	Alguns	3
	Bastante	4
Efetividade	Fraca (<=40%)	1
	Moderada (>40 a 70%)	2
	Forte (>70 a 85%)	3
	Muito forte (>=85%)	4
Dados abertos	Ausente	0
	Existente	1

A tabela da Agência Pública para *evidência* (planilha da Figura 17, a seguir) tem pontuação máxima de 17 e mínima de 1. O subindicador *fonte não identificada* tem peso negativo e pode resultar subtração de até -3 na soma final. Isso perfaz um resultado mínimo de 1. O recurso do peso negativo foi usado para depreciar o resultado final, porque não identificar a fonte compromete qualidade, rigor e transparência.

Matéria	Fontes dados	Outras fontes	Fonte não identificada	Visualização	Efetividade	Dados Abertos	Total	Precisão
Matéria_1	4	3	0	3	4	1	15	Muito Forte
Matéria_2	4	2	0	4	4	1	15	Muito Forte
Matéria_3	4	4	0	2	4	1	15	Muito Forte
Matéria_4	2	4	0	2	4	1	13	Forte
Matéria_5	4	4	0	2	4	1	15	Muito Forte
Matéria_6	4	4	-1	2	4	1	14	Forte
Matéria_7	3	4	-1	2	4	1	13	Forte
Matéria_8	3	2	-2	2	4	0	9	Moderada
Matéria_9	3	2	0	2	4	1	12	Forte
Matéria_10	2	4	-1	3		1	9	Moderada
Matéria_11	4	4	-1	3	3	1	14	Forte
Matéria_12	4	4	-1	4	4	1	16	Muito Forte
Matéria_13	4	4	-1	2	4	1	14	Forte
Matéria_14	4	4	0	3	4	1	16	Muito Forte
Matéria_15	2	4	-1	2	4	1	12	Forte
Matéria_16	4	4	-1	4	3	1	15	Muito Forte
Matéria_17	2	3	0	2	4	1	12	Forte

Figura 17: Exemplo de Planilha Evidência

A explicação detalhada de cada subindicador e as categorias relacionadas favorece a compreensão abrangente da natureza da metodologia desenvolvida para a pesquisa em tela. Na análise de conteúdo sobre os indicadores macros *evidência* e *método*, empreendemos inferências comparativas sobre o impacto da combinação dos subindicadores que medem evidência e método no resultado do desempenho auferido. A avaliação nos permitiu perceber o nível de rigor e transparência nas reportagens e o quanto é possível realizar a verificação do conteúdo. Antes de abordarmos cada subindicador específico, é importante destacar o conceito de dados que permeia a proposta da pesquisa.

4.7. Indicadores, subindicadores e mensurações

O método experimental de análise do conteúdo partiu da desconstrução das reportagens em unidades nomeadas *subindicadores* lançadas em planilhas Excel específicas para o The Bureau of Investigative Journalism²²⁸, Agência Pública²²⁹ e Gênero e Número²³⁰ (acessos nas notas de rodapé). Os subindicadores aplicados foram os seguintes: *metodologia*, *expertise do repórter*, *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *diversidade*, *fonte não identificada*, *visualização* e *efetividade*. A explicação prévia destes critérios facilitará o entendimento da composição elaborada para medir os indicadores macros *método* e *evidência*.

Se os parâmetros nos procedimentos adotados são familiares e apreensíveis aos profissionais do jornalismo²³¹, mesmo leitores leigos podem auferir a evidência e o método conferidos através da publicação da metodologia, de informação sobre expertise dos repórteres, dos dados (documentos e planilhas), e pela efetividade no acesso a esses dados oferecida por links que, de fato, funcionam. Portanto,

²²⁸ Disponível em

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mdtngv5x69kjint6piAQdd60vqyic3IVfNpRFhFG4AA/edit?usp=drive_web&ouid=101317094564593941515. Acesso em 13 nov. 2021.

²²⁹ Disponível em

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BtIkNZAKSJS035ZE1WUx9y3NKthEA5IaxUvzuf-SJE/edit#gid=1953803288>. Acesso em 13 nov. 2021.

²³⁰ Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1JNL85-FW0dfETbOEdQgovNikdUNIHw8g0Xg3y3Fgpes/edit#gid=1953803288>. Acesso em 13 nov. 2021.

²³¹ Além do arcabouço teórico-metodológico que sustentou a elaboração destas categorias, a experiência de 32 anos como repórter contribuiu sobremaneira para que a pesquisadora pudesse consolidar a proposta experimental de análise de conteúdo com a supervisão de seu orientador, doutor Leonel Azevedo de Aguiar, que atuou, durante anos, como repórter e professor de jornalismo investigativo no curso de graduação em Jornalismo da PUC Rio.

empreendemos aqui uma análise que aprecia a qualidade do jornalismo de dados abertos construído pelas agências, do ponto de vista profissional, e como esse fator se evidencia para o público leitor – o que constitui a possibilidade de verificação.

4.7.1. Subindicadores

Metodologia – subindicador que visa a apontar quando a reportagem informa sobre a metodologia. Esta pode estar em um box ou numa matéria específica, ou mesmo ser explicada em um parágrafo no texto. As agências não apresentam um padrão uniforme, embora alguns procedimentos se repitam – como um box para metodologia, na Pública, ou uma retranca intitulada metodologia no TBIJ. A metodologia pode trazer informações sobre a razão da pauta, métodos usados pelo repórter ou equipe e explicações, geralmente com links para os dados levantados, ou informar sobre cruzamento de dados que explicam dados estatísticos. Este tipo de informação dá transparência ao método de trabalho e é apontado como indicador de qualidade pelo Projeto Credibilidade. A mensuração é: *ausente* ou *existente*.

Expertise do repórter – informação sobre o currículo do repórter ou repórteres que atuaram na reportagem. Pouco comum na grande imprensa, este item faz parte de um protocolo das três agências analisadas. É considerado um recurso que mede a autoridade, de acordo como *Project of Excellence in Journalism*²³² (LACY & ROSENSTIEL, 2015), a transparência (MEIER, 2009) e a credibilidade, de acordo com uma das linhas mestras do *Projeto Credibilidade – Método*. Foi medida por análise de conteúdo das minibiografias e levou em conta também premiações. A mensuração adotada foi a seguinte:

- *Fraca* – pouca experiência ou sem assinatura do autor(es) da reportagem = 1
- *Moderada* – apenas um repórter com pouca experiência = 2
- *Forte* – um repórter com experiência em reportagem e/ou em jornalismo de dados; uma equipe de repórteres experientes e/ou multimídia (em que um

²³² O *Project of Excellence in Journalism* (Projeto Excelência no Jornalismo) foi uma pesquisa abrangente desenvolvida por Lacy e Rosenstiel com o intuito de atribuir pontuações de qualidade aos noticiários da TV local em 1990. O trabalho foi lançado em livro (*We interrupt the Newscast: how to improve local news and win ratings, too*). Para chegar às conclusões, os autores entrevistaram mais de 2000 profissionais respeitados que identificaram elementos de qualidade em um noticiário. Os participantes foram também submetidos a grupo focais (LACY & ROSENSTIEL, 2015, p.21).

pode ter experiência moderada) = 3

- *Muito forte* – presença de editores, equipe com mais de três profissionais e/ou multimídia = 4

Dados abertos – indicador que aponta que matérias abrem os dados para além das visualizações. Refere-se especificamente aos documentos disponíveis e dados raspados e trabalhados pelos repórteres em planilhas Excel. A mensuração é *ausente* e *existente* – quando nenhum tipo de dado/documento é oferecido ao leitor.

Fontes dados – este subindicador foi pensado a partir da desconstrução prévia de algumas reportagens e da observação da origem dos dados visualizados na reportagem e nos *links genuínos* – termo cunhado pela pesquisadora Joyce Stroobant (2019) ao pesquisar a hipertextualidade em websites de saúde na Holanda. Somente esses links foram computados para efeito de cálculo neste tipo de indicador, pois são os que levam a documentos e ou dados numéricos organizados em planilhas. Eles não redirecionam para outros veículos ou mesmo reportagens no próprio veículo (ocorrência que não foi contabilizada na análise). Portanto, o link genuíno oferece ao leitor acessar outras camadas além da superficial (a reportagem propriamente dita).

Também serviu como guia para a elaboração deste indicador a análise de conteúdo de reportagens premiadas no *Data Journalism Award* do *Global Editors Network* – premiação anual internacional – empreendida por Loosen, Reimer e Schmidt em 2015. Outro estudo que auxiliou na reflexão sobre o subindicador foi a pesquisa de Ojo e Heravi (2017) sobre padrões de narrativas em jornalismo de dados.

O levantamento permite apurar a prevalência na origem das fontes acessadas e os dados fornecidos (incluindo documentos). Diferente do trabalho realizado por Gehrke (2018a) sobre as fontes documentais no jornalismo guiado por dados, a intenção foi classificar categorias que permitissem apontar o nível de evidência e transparência que as agências oferecem através das reportagens, sem discriminar origens das fontes.

As seguintes categorias entram na mensuração do subindicador *fontes dados*:

- *Dados oficiais extraídos* – oriundos de portais de transparência, fontes

oficiais e/ou institucionais

- *Dados ONG extraídos* – oriundos de instituições ou entidades da sociedade civil organizada que possuem uma agenda ativista suprapartidária
- *Dados construídos* – dados coletados a partir de pesquisa realizadas pelas agências
- *Dados de LAI/FOI* – oriundos de pedidos via Lei de Acesso à Informação ou *Freedom of Information*
- *Dados humanos* – citação de nomes/histórias extraídas dos bancos de dados
- *Documentação* – leis, cartas, emails, ofícios, estudos, artigos acadêmicos, relatórios etc.

Como demonstra o Quadro 05, a seguir, do ponto de vista desse subindicador, classifica-se como *fraca* a notícia que se baseia apenas em apenas uma fonte de dados (peso 1); *moderada*, se duas ou três fontes de dados foram consultadas (peso 2); *forte*, se dados foram colhidos em três a cinco fontes (peso 3) e *muito forte*, se a reportagem foi preparada após análise de mais de cinco fontes (peso 4) – neste caso, geralmente uma combinação de documentos, dados oficiais, extraídos ou construídos e dados humanos.

Quadro 05: Fontes Dados - Mensuração

	Mínimo	Máximo	Peso
Fraca	1	1	1
Moderada	2	3	2
Forte	3	5	3
Muito Forte	Acima de 5		4

Outras fontes – A análise deste subindicador seguiu parâmetros estabelecidos para precisão e qualidade observados por Lacy e Rosenstiel (2015) no *Project for Excellence in Journalism* (Projeto para Excelência no Jornalismo): o número de fontes. Da mesma forma, estudiosos do campo do jornalismo compreendem que quanto o maior número de fontes e documentos maior o rigor no método e maior a confiabilidade e a veracidade (PEUCER, 2004; ETTEMA &

GLASSER, 1985; SEQUEIRA; 2005; LOPES & PROENÇA, 2003; PINTO, 2000; FIDALGO, 2000; SCHMITZ, 2011).

A análise prévia das reportagens deixou claro que jornalismo de dados das três agências pesquisadas não se resume, em grande parte, à exposição de uma sequência de números e estatísticas. Com base no conceito de precisão e rigor vinculado ao número de fontes, este subindicador perfaz um somatório das fontes que *não* se originam nos dados. Fidalgo (2000) recorre a Piaget para ressaltar que “a informação é fundamentalmente uma questão de fontes”.

Nesta pesquisa, são consideradas como *outras fontes*:

- Oficial
- Institucional
- Empresarial
- Especialista
- Personagem
- ONG/Ativista
- Fonte em *off*²³³
- Redes sociais

Importante destacar, como norte, a visão de que os jornalistas não são meros observadores, e as notícias não são espelhos da realidade. Os acontecimentos que se transformam em notícia fazem parte de uma realidade construída a partir de um enquadramento estabelecido. O eixo teórico-metodológico da pesquisa em tela é, por isso, o *newsmaking* (WOLF, 1999; TUCHMAN, 1978a), que percebe a notícia como uma representação da realidade – perspectiva que se enquadra no conceito das teorias construcionista, estruturalista e interacionista (TRAQUINA, 2012). Como relembra Aguiar (2013, p.230), “a noticiabilidade também está estreitamente

²³³ O manual da Folha de S. Paulo estabelece três tipos de fontes a partir do *off the record*, que acontece quando a informação é publicada e a identidade da fonte é preservada. O *off simples* é o da informação de fonte confiável publicada com ressalva de que não foi confirmada. O *off checado* é o que inclui a checagem da informação pelo repórter, e o *off total* ocorre quando a fonte não autoriza a publicação da informação. Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_o.htm. Acesso em 11 jul. 2021. Para efeito desta pesquisa, a fonte considerada é *off the record*.

relacionada aos processos de rotinização e standardização da práticas produtivas”.

Sem perder o viés da seleção das fontes (que foi abordada nas entrevistas), a análise se atém ao tipo de fonte encontrada na reportagem e, a exemplo das fontes dados, aufere a prevalência na rotinização. O arcabouço conceitual se respalda nas categorias estabelecidas por Schmitz (2011) com adendo de novas fontes que surgiram na contemporaneidade do jornalismo digital. Fontes de informação secundárias, ou seja, associadas a outros veículos por links “não genuínos” (ou links externos) não foram consideradas na análise de conteúdo. O recurso foi criticado pelos próprios repórteres que se valem deste artifício na apuração.

Como é exposto no Quadro 06, a seguir, a classificação para o subindicador *outras fontes* também leva em conta a quantidade de acesso a determinadas informações. Assim, é *fraca* quando não há inclusão de dados de fontes complementares; *moderada*, se a reportagem considera informações de uma ou duas fontes complementares; *forte*, quando há presença de dados oriundos de três a cinco fontes complementares e *muito forte* se foram consultadas mais de cinco desse tipo de fontes (geralmente uma combinação de fontes oficiais, institucionais, personagens e especialistas).

Quadro 06: Outras Fontes - Mensuração

	Mínimo	Máximo	Peso
Fraca	0	0	1
Moderada	1	2	2
Forte	3	5	3
Muito Forte	Acima de 5		4

Diversidade – O critério para este subindicador (ver Quadro 07, adiante) foi estruturado a partir da metodologia de pesquisa publicada em 2007 (Rosenstiel et al., 2007), que avaliou a produção de vinte emissoras americanas a partir de critérios pré-estabelecidos por um time de profissionais experientes. Na análise, os autores levaram em conta o equilíbrio a partir do enquadramento das informações fornecidas pelas fontes para calcular a mensuração. Se existe um *mix* de perspectivas nos depoimentos selecionados para reportagem, esta é considerada bem equilibrada – quando uma opinião não prevalecer em 75% ou mais dos depoimentos, ou seja, possui *muita diversidade*. Se quase todos os depoimentos transmitem a mesma perspectiva (muitas vezes com apenas um depoimento

apresentando o contraponto), o critério é *pouca diversidade*. Se apenas uma opinião é apresentada, a reportagem é cotada como *baixa diversidade*. Neste caso, matérias estruturadas apenas com o enfoque dos dados são enquadradas nesta categoria pois não expandem a perspectiva da pauta junto ao leitor.

Quadro 07: Diversidade – Mensuração

Diversidade	Peso
Muita	5
Pouca	3
Falta	1

Tuchman nos lembra que a notícia é resultado de posições sociais de indivíduos ou grupos sociais, em face de valores culturais e concepções compartilhadas que transparecem nas produções jornalísticas (TUCHMAN apud FRANCISCATO, 2014). Três atributos que norteiam a noção de objetividade no jornalismo: a forma, o conteúdo e as relações organizacionais. Na forma, estão as ferramentas, como as aspas, usadas pelos jornalistas para esvaziar o texto de cunho opinativo. Tuchman (1972/1999) pondera que este tipo de procedimento serve como ritual estratégico, pois, na prática, o que o repórter escolhe como citação pode embutir sua opinião ou a visão editorial do veículo. Mas, ao atribuir a informação à fonte, o repórter sugere que seu texto não é opinativo.

Sem desconsiderar essas complexidades²³⁴, este subindicador visa medir o nível de diversidade nas reportagens (*fairness*), que é indicado como parâmetro de qualidade (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; LACY & ROSENSTIEL, 2015; SPURK et al, 2010). Este conceito dá conta do equilíbrio em termos de vozes. A diversidade de fontes e os diferentes pontos de vista permitem fornecer informação sobre mais de um lado da questão e, em tese, imprimem equilíbrio à reportagem.

Na contagem, foram adotadas, como fatores de equilíbrio, as tentativas de contato com fontes sem resposta. Este é o critério estabelecido por Lacy, Fico e

²³⁴ Kovach e Rosenstiel (2003, pp.121-122) ponderam sobre possíveis armadilhas inerentes ao conceito de equilíbrio que nos remetem à cobertura da COVID: “o equilíbrio pode levar à distorção. Se uma grande parte dos cientistas (...) acredita que o aquecimento global é um fato científico, ou que certo tratamento médico é com certeza o mais seguro, seria um desserviço para os cidadãos – e para a verdade – criar a impressão de que o debate científico também está igualmente dividido. Infelizmente, com frequência, o equilíbrio jornalístico é mal construído (...) às vezes buscar o equilíbrio de todos os lados não resulta numa reflexão verdadeira da realidade.

Simon (1986) em estudo de caso que focalizou a produção de nove jornais de prestígio e 12 outros veículos com grande circulação nos Estados Unidos.

Fonte não identificada – Subindicador que aponta informações que não trazem referência da fonte adotada., A pontuação desse subindicador subtrai no somatório geral, pois é um dado negativo em relação ao rigor. Fidalgo (2000, p.326) ressalta que 19 dos 32 códigos deontológicos apontam a importância de identificar “clara e sistematicamente as fontes de informação” como um dever ético. A fonte não identificada é uma prerrogativa a se evitar, bem como fontes anônimas – “se a fonte de informação é descrita de forma ampla, o público pode decidir por sua conta se a informação é crível” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.140). Deixar clara e evidente a origem da informação imprime transparência ao processo de construção da reportagem e, portanto, confere evidência.

Como exposto no Quadro 08 adiante, a mensuração negativa funciona da seguinte maneira: se reportagem identifica fontes, está *ok*, ou seja, não pontua pelo critério deste subindicador, fica em zero. É *ruim* se entre 50% e 75% de fontes não têm identificação; *muito ruim* se acima de 75% de fontes não são identificadas, e *péssimo* se reportagem tem entre 75% e 100% de fontes sem identificação.

Quadro 08: Fonte não identificada – Mensuração

Fontes identificadas (em %)		Classificação	Peso
0	0	Ok	0
0	50	Ruim	-1
>50	75	Muito Ruim	-2
>75	100	Péssimo	-3

Visualização – O mapeamento da quantidade de elementos visuais nas reportagens aponta mais um recurso na construção da informação. Uma análise subjetiva concomitante mostra que, de modo geral, as agências apresentam material que contribui para a interpretação dos dados pelo leitor. Stephen Few – autor de duas obras de referência em visualização – *Show me the numbers* e *Information, Dashboard Design: effective visual communication of data*, aponta a construção de sentido como um dos alvos da formatação gráfica.

Os alvos fundamentais, segundo Few (2006), são: 1) exploração no sentido de buscar fatos significativos; 2) examinar e dar sentido aos dados a fim de aumentar a compreensão; 3) transmitir informação e propiciar decisões fundamentadas.

A mensuração para este subindicador é bem clara, como demonstra o Quadro 09, a seguir: *inexistente* para os casos em que não há nenhum elemento de visualização; *poucos*, para os que registram de um a três elementos; *alguns*, para os que apresentam de três a cinco elementos de visualização, e *muitos*, os de cinco a mais elementos de visualização.

Quadro 09: Visualização – Mensuração

Elementos de visualização	Mínimo	Máximo	Peso
Inexistente	0	0	1
Poucos	1	3	2
Alguns	3	5	3
Muitos	<5		4

Efetividade – O jornalismo de dados abertos se apoia na cultura do *hiperlink*. Mas a transparência não se dá se o link está quebrado. Este subindicador subtrai na pontuação geral, pois indica o percentual de links inativos nas reportagens. Esses links reduzem a pontuação do indicador macro *evidência*. Heravi (2021) focaliza a questão dos links quebrados que compromete a preservação da informação – um problema oriundo do jornalismo online assentado na cultura do *hiperlink*.

Se somente até 40% dos links funcionam, a efetividade da reportagem é considerada *fraca*; para os casos em que entre 40% e 70% dos links funcionam, a efetividade é *moderada*; quando de 70% a 85% dos links funcionam, é *forte*, e quando acima de 85% dos links funcionam, a efetividade está em alta, é considerada *muito forte* (Quadro 10, abaixo).

Quadro 10: Efetividade – Mensuração

Mínimo (em %)	Máximo (em %)	Categoria	Peso
0	40	Fraca	1
>40	70	Moderada	2
>70	85	Forte	3
>85	100	Muito Forte	4

4.7.2. Método e evidência: parâmetros de qualidade

Os subindicadores utilizados para auferir o método empregado e a evidência nas reportagens analisadas são parâmetros que apontam rigor, precisão e qualidade em conformidade com a revisão bibliográfica que deu sustentação à proposta experimental aqui apresentada. Uma combinação de subindicadores possibilita inferir e mensurar os indicadores macros com base no percurso teórico-metodológico previamente elencado. Importante observar que a mensuração é o resultado de um conjunto de fatores. Portanto, ocorre oscilação ou flutuação na participação e peso de cada subindicador. O maior equilíbrio entre os fatores resulta numa melhor mensuração.

Para mensurar *método*, foram considerados os seguintes subindicadores:

- 1) Metodologia
- 2) Expertise
- 3) Fontes dados
- 4) Outras fontes
- 5) Pontos de vista

Uma reportagem que informa a metodologia, introduz o repórter e seu grau de expertise, reúne boa composição de fontes dados, busca um número considerável de fontes complementares e oferece diversidade sugere método *completo*. Mas, considerando a soma dos fatores e as oscilações, se uma reportagem é forte ou muito forte em relação às fontes utilizadas e/ou à expertise e diversidade, mesmo que não apresente metodologia poderá receber cotação com grau completo.

Portanto, como explicita o Quadro 11, a seguir, o método *completo* é o que atinge pontuação acima de 13 no somatório dos subindicadores, numa combinação

de pontuação forte e muito forte em relação a fontes, expertise e diversidade; neste caso, a metodologia pode ter peso menor. Segundo esse somatório, o método *parcial* é o que registra entre 8 e 13 pontos; a combinação de subindicadores pode ter pontuação de muito forte a moderada em relação às fontes e expertise, mas pouca ou muita diversidade; com isso, a ausência de metodologia contribui na mensuração. Já o *incompleto* é o que não chega a 8 no somatório dos subindicadores; num trabalho assim, a combinação pode até ter pontuação forte, mas prevalece moderada e fraca em termos de fontes e expertise e apresenta pouca diversidade, o que revela ausência de metodologia.

Quadro 11: Método – Mensuração

Subindicador	Desempenho	Peso
Fontes Dados Outras fontes Expertise	Fraca	0
	Moderada	1
	Forte	2
	Muito forte	3
Metodologia	Inexistente	0
	Existente	1
Diversidade	Falta	0
	Pouca	1
	Muita	2

Para medir a evidência, alguns subindicadores usados para rigor também são aplicáveis (fontes dados e outras fontes). Outros, como efetividade, permitem auferir se o leitor consegue, de fato, acessar o material bruto da reportagem através de *links genuínos* e, portanto, verificar as informações que a narrativa traz. Entretanto, há casos em que esses links não funcionam, ou seja, não há efetiva transparência e possibilidade de verificação. Na comparação entre as agências, este foi um fator que comprometeu a *evidência* nas reportagens. Como a fonte não identificada é um subindicador com valor negativo – reduz a pontuação final, também afeta desfavoravelmente a avaliação.

Para mensurar *evidência*, foram considerados os seguintes subindicadores:

- 1) Fontes dados
- 2) Outras fontes
- 3) Fonte não identificada
- 4) Visualização

- 5) Efetividade
- 6) Dados abertos

Tendo esses subindicadores como critérios de avaliação (ver Quadro 12 adiante), conclui-se que a reportagem com evidência *muito forte* é a que atinge pontuação acima de 14 no somatório; apresenta uma combinação muito forte em relação às fontes e visualização, não contém fonte não identificada, tem alto percentual de efetividade e oferece dados abertos. A evidência *forte* é a que soma entre 10 e 14 na avaliação de subindicadores; conta com uma combinação forte ou muito forte em relação às fontes, bastante visualização, efetividade forte e dados abertos. *Moderada* é a que tem pontuação entre 5 e 10 pontos no somatório dos subindicadores; consiste numa combinação forte ou moderada em relação às fontes, provavelmente inclui fontes não identificadas, tem pouca ou nenhuma visualização, efetividade moderada ou fraca e não oferece dados abertos. Já a *fraca* , fica entre 0 e 5 pontos no somatório; é uma combinação fraca ou moderada em relação às fontes, provavelmente inclui fontes não identificadas, tem pouca ou nenhuma visualização, percentual de efetividade fraco e não oferece dados abertos.

Quadro 12: Evidência – Mensuração

Subindicador	Evidência	Peso
Fontes Dadas Outras fontes Efetividade	Fraca	0
	Moderada	1
	Forte	2
	Muito forte	3
Visualização	Inexistente	0
	Poucos	1
	Alguns	2
	Muitos	3
Fonte não identificada Dados abertos	Inexistente	0
	Existente	1

4.8. Desconstrução das reportagens: o experimento

Antes de discorrer sobre os resultados encontrados em relação aos dois indicadores macros, vamos tecer considerações sobre os subindicadores utilizados para medir *método* e *evidência*. As fontes *dados* e as fontes *complementares* entram na avaliação das categorias macros e serão, primeiramente, focalizadas. Todas as matérias foram numeradas e podem ser acessadas nas planilhas Excel específicas construídas para cada uma das agências. A análise faz referências a dados coletados e lançados nesses documentos (links de acesso nas notas de rodapé 227, 228 e 229).

4.8.1. Análise das fontes: dados

O foco da pesquisa foi observar o tipo de fonte acessada pelas agências em busca de informação e evidência para, posteriormente, abrir os dados aos leitores. Dessa forma, foi possível considerar processos que resultam em boas práticas profissionais e em transparência. De maneira abrangente, as fontes foram assim classificadas: *dados oficiais extraídos* de portais de transparência dos órgãos governamentais brasileiros e britânicos, de instituições como TSE – Tribunal Superior Eleitoral e IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, entre outros; *dados ONGs construídos* – retirados de Organizações Não Governamentais; *dados construídos* – referentes a informação não disponível em nenhum banco de dados; *dados humanos* – citação de casos oriundos de informação obtida através de bancos de dados oficiais, de ONGs ou construídos; *dados solicitados através de LAI* (Lei de Acesso à Informação) e *FOI* (*Freedom of Information*) – que não constam de portais de transparência.

O objetivo foi mapear e avaliar o volume de dados utilizados e, a partir dessas anotações, mensurar os atributos de cada reportagem relativos às fontes utilizadas. Não houve intenção de nomear e/ou titular as fontes de forma específica²³⁵. A exemplo do critério de qualidade adotado para *outras fontes* – fontes complementares ou tradicionais –, com respaldo na revisão bibliográfica que serviu de fulcro para o percurso teórico-metodológico, compreendemos que uma combinação de fontes *dados* atribui maior valor à reportagem em termos de método

²³⁵ Essa foi a proposta da dissertação de Mestrado de Marília Gehrke, *O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados* (GEHRKE, 2018a).

e evidência.

Nas três agências, os documentos prevalecem entre as principais fontes de dados: 80,85% na Pública (em 38 de 47 matérias); 64,71% no TBIJ (em 22 das 35 matérias) e 64,15% na Gênero e Número (em 34 das 53 matérias). Este procedimento revela-se um caminho efetivo de transparência nas rotinas jornalísticas das três organizações.

No TBIJ, apenas nove de 35 reportagens analisadas não trazem links para documentos – com uma média de 3,8 documentos por matéria. Há casos em que os documentos são a única fonte *dados* aberta para o leitor. São exemplos a matéria sobre o crescente surgimento de superbactérias favorecido pela utilização de antibióticos na avicultura indiana, a premiada *A game of chicken: how indian poultry farming is creating global superbugs* (matéria_14), publicada em 30/01/2018, que traz links para artigos acadêmicos, e a reportagem sobre a venda irregular de gado na Amazônia – ambas com método completo porque também recorrem a diversas fontes complementares para explicar as pautas.

Na Agência Pública (Tabela 01, abaixo), oito entre 47 reportagens não trazem documentos – uma média de 6,6 que aponta o alto índice de uso do recurso como estratégia para dados abertos. As reportagens *Sentenças de Sergio Moro foram mais rápidas antes do impeachment de Dilma* (matéria_18), publicada em 17/02/2020, e *Em duas semanas, número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil* (matéria_12), publicada em 06/05/2020, têm, respectivamente, links para 14 e 11 documentos.

Tabela 01: Fontes Dados - Agência Pública

Fontes Dados	Quantidade	Percentual (%)
Dados oficiais extraídos	33	70,21
Dados ONG extraídos	4	8,51
Dados construídos	3	6,38
FOI / LAI	11	23,40
Dados humanos	11	23,40
Documentos	38	80,85

Ao justificar a decisão de publicar documentos, Natália Viana, da Agência Pública, afirma que, além do respaldo jurídico, a estratégia tem como objetivo reforçar a confiança do leitor:

Isso tem a ver com o nosso nascimento. Nós somos parceiras do *Wikileaks* desde o começo. E o princípio do *Wikileaks*, o princípio do vazamento, aquilo era muito forte em 2011. O que você precisa é conquistar a confiabilidade em que você percebe que o leitor também é ator, tem todo o direito de te questionar e todo o direito de averiguar o que você está falando. Com isso, você deixa mais transparente o seu processo e as bases que te levaram àquela conclusão. Com isso, você conquista duas coisas. Primeiro, o leitor, porque, se ele quiser, ele pode contrariar, alguns contrariam, questionam e atacam. Mas você permite que outros jornalistas, pesquisadores, políticos consigam ter uma visão ainda maior daquilo que você publicou (VIANA, 2021).

Das 55 reportagens da Gênero e Número lançadas na Planilha Excel, somente 18 não apresentam documentos – uma média de seis documentos por matéria (Tabela 02, adiante). A reportagem *A lei que pode tirar milhares de mulheres das prisões do Brasil* (matéria_32), parte da série *Mulheres encarceradas* publicada no dia 25 de outubro de 2017, dá acesso a 13 documentos – dentre os quais um estudo jurídico-social sobre a experiência da maternidade na prisão e a pesquisa *Mulheres, meninas e privação da liberdade no Rio de Janeiro*, o *Marco Legal da Infância* e outras quatro leis digitalizadas – além de quatro bases de dados. Em *Caso de estupro no ES motiva 24 projetos de lei no Congresso, mas metade foca apenas na punição ao agressor* (matéria_23), o leitor pode acessar 11 leis e duas bases de dados oriundos da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.

Tabela 02: Fontes Dados – Agência Gênero e Número

Fontes Dados	Quantidade	Percentual (%)
Dados oficiais extraídos	44	83,02
Dados ONG extraídos	11	20,75
Dados construídos	4	7,55
FOI / LAI	2	3,77
Dados humanos	14	26,42
Documentos	34	64,15

Por sua vez, a reportagem da GN *Audiências de custódia reforçam racismo da justiça brasileira* (matéria_24), publicada em 06/08/2020, oferece link para um documento que traz informações sobre pesquisa realizada pela Defensoria Pública

do Estado do Rio de Janeiro. O artigo foi disponibilizado na íntegra e seu teor foi organizado em planilha Excel e também pode ser acessado pelo leitor. Giulliana Bianconi, da Gênero e Número, pontua como os dados demandam verificação e criam camadas que permitem a checagem pelo leitor:

(...) O dado não tem mais credibilidade que uma fonte declaratória. Não é sobre isso. A questão é que o dado traz uma precisão e um recorte. Ele permite visualizar este recorte com esse tipo de fonte que não é a declaratória que leva a gente para outro tipo de debate que é assim: esse é o nosso contexto por métodos e processos mais científicos. Aí você pergunta assim: e o rigor? Científico pode ser muita coisa. A gente tenta fazer esta análise da consistência. Não dá para garantir um dado se você não fez parte daquela pesquisa. Você tem que validar mesmo. É um processo constante de validação desta fonte que é a base de dados. E você valida a partir da credibilidade da organização que desenvolveu, lendo a metodologia que foi utilizada (...). O que eu entendo é que a gente cria uma camada a mais quando faz jornalismo de dados. A transparência faz parte do processo (BIANCONI, 2021).

A coleta de dados em fontes oficiais apresenta diferença entre as três agências. Enquanto a amostragem da GN aponta que 83,25% dos dados são oriundos de fontes oficiais, este índice é de 70,21% na Pública e no TBIJ é de 44,12%. Ao cruzar documentos e dados oficiais, portanto, a representação destes dois tipos de fontes *dados* é forte nas duas primeiras organizações: 52,83% na GN (ou 28 reportagens), 55,32% na Pública (ou 32 matérias). Já no TBIJ representa 17,14% (ou apenas seis matérias).

No TBIJ, os dados construídos e os dados oriundos de LAI respondem, respectivamente, por 47,06% e 29,41% (ver Tabela 03, a seguir), o que evidencia uma orientação da agência britânica – dado que incide, respectivamente, em 6,38% das reportagens na Pública e 7,55% na produção analisada na GN. Um estudo de caso (LOOSEN et al., 2015) que compilou 120 reportagens vencedoras do *The Data Journalism Award* revelou que apenas 6,7% correspondem a dados de banco de dados construídos.

Tabela 03: Fontes Dados – The Bureau of Investigative Journalism

Fontes Dados	Quantidade	Percentual (%)
Dados oficiais extraídos	15	44,12
Dados ONG extraídos	6	17,65
Dados construídos	16	47,06
FOI / LAI	10	29,41
Dados humanos	9	26,47
Documentos	22	64,71

Dois exemplos são a série *Homelessness* – levantamento das mortes entre os moradores de rua, entre outubro de 2017 e março de 2019, no Reino Unido, que listou 449 vítimas (matéria_3, matéria_4 e matéria_5) e a série *War Drone Project* – revelação do número de mortes de civis causadas por drones liderados por tropas americanas no Afeganistão, Iémen, Paquistão e Somália (matérias_1, matéria_2 matéria_21 a matéria_35). São dois exemplos concebidos a partir da construção de dados que resultaram em premiações.

Na reportagem sobre população de rua (*Homelessness*), o *Bureau Local* trouxe à tona uma questão que estava, de certa forma, invisível: o crescente número de mortes em meio à população de rua.

A razão pela qual acabamos construindo dados é porque somos uma organização que tenta fornecer um jornalismo baseado em evidências, que é o trunfo que podemos fornecer para a história. Aconteceu porque descobrimos que os dados não estavam lá. (...) os dados não existiam. (...) como podemos responsabilizar as pessoas se não houver algum dado para dizer que é isso que está acontecendo? E não foi planejado para simples construção de dados, mas para contar uma história. Então, percebemos que não havia dados e pensamos: “temos que fornecer os dados” (OLDROYD, 2019).

Como sustenta Charles Boutaud²³⁶, a ausência de dados indica certo nível de negligência ou descaso deliberado que, neste caso, nem mesmo o *Freedom of Information* ou a possibilidade de mineração poderia resolver, uma vez que não havia um banco de dados disponível. Mas, ainda assim, a reportagem, cotada com método completo, também traz dados oficiais e outros obtidos através de LAI, um procedimento bastante utilizado pelos repórteres da editoria *Bureau Local*.

²³⁶ Informação concedida em entrevista à autora. Londres, 11 out. 2019.

A GN realiza projetos de pesquisa em parceria com institutos e ONGs com o intento de construir bancos de dados. Algumas dessas iniciativas estão na editoria *Projetos Especiais* (ver história da Gênero e Número, no subcapítulo 4.2.1). Mas na editoria *Dados Abertos*, há poucos exemplos de dados construídos pela agência. Uma parceria da agência com a ONG Sempre Viva Organização Feminista (SOF) rendeu a reportagem *Lei Maria da Penha completa 14 anos em meio ao crescimento da violência doméstica na pandemia* (matéria_6), que revela como 61% das vítimas de agressões são mulheres negras. Outra reportagem sobre os influenciadores no Congresso Nacional (Matéria_10)²³⁷ foi feita a partir de mapeamento realizado em parceria com o Instituto de Estudos da Religião (ISER), publicada também na plataforma *Religião e Poder*.

(...) tem dado que realmente não existe. Um exemplo prático. Nesta pesquisa sobre mulheres na pandemia, a gente queria saber algumas coisas especificamente sobre serviço doméstico²³⁸. Você dobra a roupa de cama? Quem lava a louça? Algumas coisas que têm em bloco nas pesquisas do IBGE mas não tão específico, e a gente queria saber. Então, a gente fez uma parceria com a SOF (Sempre Viva Organização Feminista). Então, vamos rodar uma pesquisa e perguntar isso especificamente. (...) a gente fez uma pesquisa para coletar esses dados. A gente aplicou o questionário (SILVA, 2021).

Todas as agências lançam mão da Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2011) ou *FOI (Freedom of Information)* para buscar dados que estão sob a guarda de órgãos públicos e, por isso, não são acessíveis a partir dos portais de transparência. Mas, no universo analisado para a pesquisa – que não teve a pretensão de avaliar a produção completa das agências (ver *corpus* da pesquisa) –, o TBIJ é o que mais recorre ao FOI (29,41%) seguido da Pública (23,40%) e GN (3,77%). A demora ou resistência por partes das autoridades em responder às solicitações dos repórteres se constitui um obstáculo real e cada vez mais frequente relatado pelos profissionais, que consideram esta fonte de dados fundamental. Servidores sabem como elaborar justificativas negando o direito à resposta, não cumprem os prazos ou simplesmente não respeitam

²³⁷ Disponível em <https://www.generonumero.media/influenciadores-congresso-agenda-moral-eleicoes-2020>. Acesso em 15 abr. 2021.

²³⁸ Esta reportagem faz parte da Seção *Projetos e Cartografias: O trabalho e a vida das mulheres na pandemia*. Disponível em <https://www.generonumero.media/metade-mulheres-passou-cuidar-pandemia/> Acesso em 10 mar. 2021.

a lei²³⁹. Considerado um especialista em *FOI*, Gareth Davies do TBIJ expõe afinidades na rotina de produção:

Solicitar informações de acordo com a Lei de Liberdade de Informação é uma ferramenta potencialmente poderosa para jornalistas, permitindo obter acesso a documentos e outras informações que, de outra forma, poderiam estar ocultas da vista do público. Os desafios são muitos - ele produz um registro pontual em vez de informações que não perdem a validade, os órgãos públicos estão sobrecarregados com solicitações, há inúmeras rejeições e o processo de contestar solicitações rejeitadas é demorado e potencialmente demorado. A história de Thurrock²⁴⁰ é um exemplo de um órgão público que ocultou informações do público e se recusou repetidamente a divulgá-las a partir da FOI. Estamos contestando essa decisão, mas provavelmente levará muito meses antes que haja uma resolução (DAVIES, 2021).

O TBIJ se valeu da FOI para levantar parte dos dados que compõem as planilhas sobre *Homelessness* (mortes de sem-teto no Reino Unido) e sobre as operações e mortes causadas pelo uso de drones – *Drone Warfare*. As duas séries contaram também com levantamento feito pela equipe da agência. Na cobertura sobre a população de rua, a equipe trabalhou em colaboração com a rede estabelecida na plataforma *Slack*. No caso dos drones, houve parceria com repórteres *in loco* nos países alvos das ações militares americanas. O recurso é usado em 11 das 47 reportagens (matéria_1, _8, _9, _18, _20, _22, _23, 28, _36, _46, _47). Quatro destas reportagens também contam com dados oficiais (material_8, _18, _28, _47).

Um exemplo, na Agência Pública, de como dar transparência aos dados colhidos a partir da LAI está na reportagem *Covid-19 atingiu mais de 80% das prisões em 14 estados* (matéria_46), construída a partir de respostas a “dezenas de pedidos de Lei de Acesso à informação e contatos com assessorias”²⁴¹. Bruno Fonseca disponibiliza cópia digital de alguns destes pedidos.

²³⁹ Bruno Fonseca, em entrevista à autora, via Google Meet, em 16 abr. 2021.

²⁴⁰ Gareth Davies refere-se à reportagem *Councils borrowed £1bn from taxpayers to bet on British sunshine* (sobre empréstimos feitos pelos conselhos municipais para investimento no setor privado). Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-05-22/thurrock-council-borrowed-1bn-from-taxpayers-to-bet-on-british-sunshine>. Acesso em 29 jul. 2021.

²⁴¹ Disponível em <https://apublica.org/2021/05/covid-19-atingiu-mais-de-80-das-prisoas-em-14-estados/>. Acesso em 22 abr. 2021.

Interessante observar que, nas entrevistas, surgiu uma refutação recorrente entre os profissionais: as organizações não fazem jornalismo de campanha, ou seja, não são ativistas ou midiativistas; produzem jornalismo “sem ficar no lugar do ativismo”²⁴². Contudo, as ONGs aparecem como uma das fontes de dados com maior índice na GN (20,75%). Em onze reportagens da Gênero e Número, há informações obtidas junto a Organizações Não Governamentais que atuam na área de pesquisa. Segundo Giulliana Bianconi, a premissa da agência é revelar desigualdades através dos dados abertos e, com isso, oferecer uma visão crítica – “um olhar parcial de enfrentamento destas desigualdades, não de manipular a informação”²⁴³.

Na amostra do TBIJ, este tipo de fonte está presente em 17,65% das matérias enquanto na Pública incide apenas em 8,51% das reportagens da editoria *Dados*.

Seis reportagens do *The Bureau* contam com dados de ONGs cruzados com dados oficiais ou dados construídos – especialmente na série *Drone Warfare*. A organização *Reprieve*, que realiza investigações e ações em prol dos direitos humanos, forneceu informação para o TBIJ. Com pauta mais segmentada – que envolve assuntos como discriminação, desigualdade, racismo e questões LGBT – a GN encontra informações consolidadas em entidades como Rede de Observatório de Segurança (matéria_8), Instituto Brasileiro de Trans Educação (material_19), Associação Nacional de Travestis e Transsexuais (matéria_21), Instituto Igarapé (matéria_27) e União Interparlamentar (material_37). Sobre a coleta de dados, Vitória relata os desafios da GN:

(...) quando a gente vai buscar esses dados, não é fácil achar; às vezes, a gente não encontra e, por não encontrar esses dados, a gente começou a fazer pesquisa. (...) Quando vou tratar da questão LGBT, mais da metade dos estados não respondem. Então é difícil. E você tem que falar “esses são os dados que a gente tem e esses são os estados que não tinham, apesar de existir uma lei que fala que eles deveriam ter. Então, quando a gente tem uma hipótese tem que buscar os dados até responder essa hipótese? Não. Às vezes, a gente está com um dado que vai dizer que a hipótese não está certa. A gente tem rigor nesse sentido (SILVA, 2021).

²⁴² Giulliana Bianconi em entrevista à autora, via Google Meet, em 18 jan. 2021 (BIANCONI, 2021).

²⁴³ Em entrevista realizada em 18 de janeiro de 2021 (BIANCONI, 2021).

Nas três agências, os dados humanos correspondem a um percentual bastante similar, acima de 20% (26,42% na GN, 23,53% no TBIJ e 23,40% na Pública). É importante ressaltar que, diferente da fonte *personagens*, os dados humanos nesta proposta experimental referem-se a citações de nomes e histórias retiradas dos bancos de dados pesquisados ou construídos pelos repórteres. As três agências afirmam ter como perspectiva a humanização dos dados, ou seja, trazer o elemento humano além dos números. A análise apontou que, em muitas reportagens, ainda são os personagens “de carne e osso” (entrevistados) que imprimem essa humanidade.

Para exemplificar a categoria *dados humanos*, um bom exemplo é a reportagem da GN sob o título *Negros serão 44% dos vereadores nas capitais brasileiras em 2021*, publicada em 16/11/2020 (matéria_12). Traz percentuais em 24 cidades brasileiras que elegeram candidatos negros. A partir dos dados coletados, cita oito eleitos com referências sobre suas localidades. Entretanto, não entrevista nenhum deles. Outro exemplo é a reportagem sobre a morte dos sem-teto que listou 449 nomes em formato de fichas com informações detalhadas sobre cada um. Matérias que fazem parte desta série contam com depoimentos de testemunhas, parentes, ONGs e autoridades, rotina que justifica o método completo. As informações coletadas estão organizadas em planilhas Excel disponíveis em uma *reporting recipe* – relatório que traz links para as planilhas com dados e configura evidência. Outro exemplo também no TBIJ é o projeto *Naming the dead* (matéria_29) – uma visualização que permite saber detalhes sobre os civis mortos por drones no Afeganistão, Iémen, Somália e Paquistão. Da mesma forma, os dados estão organizados em planilha Excel.

De modo geral, nas reportagens analisadas pelas agências, o volume de dados se origina de dados oficiais e documento – o que constitui uma forma autônoma de levantar informações sobre autoridades. LAI e FOI são recursos usados de forma significativa, e a construção de dados é um procedimento que se mostra mais característico no *The Bureau*.

É inegável que, ao contextualizar temas do interesse público, os repórteres contem as histórias por trás dos números, difundam revelações e dimensionem problemas sociais. Entretanto, a análise de conteúdo apontou que são poucas as reportagens com *dados humanos*, no que tange o critério estabelecido para a categoria pela proposta experimental em tela. Comparados com dados oficiais extraídos, os dados

humanos não aparecem com tanta frequência. Como cientista social, Natália Leão assinala que percebe uma certa aridez no trabalho estatístico focado apenas no numérico e enxergou a possibilidade de imprimir o elemento humano no trabalho da GN. Para Leão, humanizar é informar acontecimentos reais a partir de dados confiáveis e verificados. Maeve McCheghaham aponta como reportagens como *Homelessness* revelam problemas que sequer são notificados:

Começamos com uma hipótese. No puro estilo de jornalismo investigativo. Nosso projeto sobre os sem-teto surgiu de uma constatação de que não havia dados. Este foi o conceito do projeto. Rapidamente percebemos que precisávamos visualizar isso de alguma forma; contar histórias que ajudassem as pessoas a reconhecer esse problema. Trazer números que na verdade são pessoas. (...) Você sabe que existem todo tipo de histórias obscuras que você pode revelar com os dados. A importância desta reportagem é trazer a verdade sobre o que está acontecendo e que isso sirva para cobrar responsabilidade. Foi algo que pensamos muito sobre como conduzir (...). Mesmo trabalhando com dados meticulosos e confiáveis, tínhamos consciência do lado humano das histórias. Não queríamos jogar a reportagem no site e abandonar o assunto (McCLENAGHAM, 2019)²⁴⁴.

O somatório dos dados perfaz um total que aponta como as reportagens são cotadas de acordo com critérios estabelecidos pela proposta experimental. Ao observar o desempenho das reportagens a partir da avaliação do uso das fontes classificadas (ver Tabela 04, abaixo), é notável como a pontuação *muito forte* e *forte* recai nas produções que reúnem mais documentos em conjunto com dados extraídos de fontes oficiais ou de fontes construídas (no caso do TBIJ). O *peso* dos documentos está associado à credibilidade de uma reportagem (ETTEMA & GLASSER, 1998).

²⁴⁴ Maeve McClenaghham lançou, em 2021, o livro *No Fixed Abode: life and death among the UK's forgotten homeless* que relata todo o esforço de cobertura da série *Homelessness* (McCLENAGHAM, 2021).

Tabela 04: Fontes Dados Comparação por agência

Agência/Fontes Dados	Fraca	Moderada	Forte	Muito Forte	Total
Gênero e Número	0	18	13	22	53
Agência Pública	0	15	7	25	47
The Bureau of Investigative Journal	0	11	9	15	35

Agência/Fontes Dados	Fraca	Moderada	Forte	Muito Forte	Total
Gênero e Número	0%	34%	25%	42%	100%
Agência Pública	0%	32%	15%	53%	100%
The Bureau of Investigative Journal	0%	31%	26%	43%	100%

Na GN, das 55 reportagens, 22 foram cotadas como muito forte e 13 como forte. A agência apresenta perfil um pouco diferenciado: algumas matérias avaliadas com melhor performance englobam conteúdo que traz um significativo volume de dados humanos em conjunto com dados oficiais (materias_2,_10 e_12). Na matéria *Em 53% das capitais, nenhuma mulher negra ocupará a Câmara Municipal em 2021* (mat_2) – a repórter Vitória Régia da Silva e a analista Flávia Bozza Martins revelam seis nomes a partir da captura de dados – dois dos quais são entrevistados e tornam-se personagens – no sentido tradicional das fontes de apuração.

Interessante destacar a reportagem do TBIJ *Stretched, secret supply chains hold Covid-19 patients's lives in balance*, que mapeia, visualmente, a cadeia de suprimento da droga *Propofol*, usada no tratamento de casos graves da Covid-19. Mensurada como moderada porque não traz link para nenhum documento, a matéria conta com 15 entrevistas – ou seja, *outras fontes* – e recebeu cotação de método completo com alta pluralidade. Enquanto o *Bureau Local* se propõe a abrir os dados e o faz de forma sistemática, outras editorias do TBIJ adotam a prática de forma inconstante. No caso da reportagem sobre *Propofol*, a visualização cumpre o papel de facilitar a compreensão sobre a questão global do abastecimento.

Das 35 reportagens do TBIJ, dezesseis foram cotadas como *muito forte*. Das 47 reportagens da Pública, 25 foram cotadas como *muito forte* e quinze como *moderadas* – seis das quais não apresentam nenhum documento; as nove restantes apresentam link apenas para um documento. A matéria_15, *Caixa-preta do coronavírus no Brasil*, traz apenas um documento, mas o editor Bruno Fonseca, o

repórter Rafael Oliveira e a estagiária Bianca Muniz entrevistaram dezoito fontes para concluir a publicação. Com diversidade e expertise alta, a reportagem foi cotada com método completo.

4.8.2. Análise das fontes complementares

Ao desconstruir as reportagens das três agências, foi notável como grande parte da produção inclui fontes complementares. Ao pesquisar como se pratica o jornalismo de dados em 43 países, incluindo o Brasil, Heravi (2018) constatou que 65,2% dos jornalistas entrevistados acreditam que os valores tradicionais do jornalismo não ficam comprometidos. Ao discorrer sobre o método de trabalho ou sobre as rotinas produtivas, os profissionais entrevistados corroboram a importância de recorrer a outras fontes além dos dados, o que foi verificado na análise de conteúdo.

Hermida e Young (2019) observam o hibridismo de normas e práticas ao longo das mudanças desencadeadas pelas práticas digitais. Da mesma forma, pesquisadores no campo aberto pelo jornalismo de dados, Cohen, Hamilton e Turner compreendem a forma como os jornalistas encaram os dados como um processo de recolha de informação para contar uma história. Como pesquisadores ou investigadores, voltam-se para registros documentais ou em bancos de dados; entretanto, o trabalho de construir a notícia não se encerra nessa etapa.

(...) Bancos estruturados de registros públicos (...) geram *leads* e fornecem contexto, às vezes, documentando irregularidades ou consequências que não são intencionais provocadas por regulamentações ou programas de governo. Mas a maioria das notícias depende tanto ou mais de coleções de documentos públicos e internos de agências, (...) manuscritos, (...), entrevistas gravadas e notas de repórteres colhidas metodicamente de fontes amplamente díspares (COHEN et al., 2011, p.68)²⁴⁵.

Com base na revisão de literatura sobre a seleção e coleta de informação (ver metodologia) e com ênfase nas categorias estabelecidas por Schmitz (2011),

²⁴⁵ Tradução da autora para: *Structured databases of public records such (...) generate leads and provide context sometimes documenting wrong-doing or unintended consequences of government regulation or programs. But most of the news stories depend as much or more on collections of public and internal agency documents, (...) handwritten forms, recorded interviews and reporters' notes collected piece-by-piece from widely disparate sources.*

foram estabelecidas as seguintes fontes:

- 1) Oficial
- 2) Redes sociais²⁴⁶
- 3) Institucional
- 4) Empresarial
- 5) Personagens
- 6) OnG/Ativista
- 7) In off
- 8) Especialista

As agências apresentam um desempenho diferenciado, mas, em comum, as reportagens sem fontes complementares, ou com apenas uma, tendem a ser classificadas com método *incompleto*. A ausência ou escassez dessas fontes não constituem fatores tão desfavoráveis na avaliação da *evidência* quando outros subindicadores, como visualização, efetividade e dados abertos, recebem boa avaliação. Ou seja, na proposta experimental que apresentamos nesta pesquisa, a participação das fontes complementares é preponderante dentro do processo de construção das notícias analisadas. A utilização de múltiplas fontes faz parte da epistemologia do jornalismo investigativo (ETTEMA & GLASSER, 1998) – que está imbricado ao jornalismo de dados em sua origem (ver capítulo 3.2).

Portanto, o somatório do número de fontes aponta a mensuração maior ou menor no subindicador *outras fontes* (ver Tabela 05, a seguir). Agência Pública e TBIJ se aproximam no percentual de reportagens consideradas muito fortes, respectivamente 55% e 60%. A Gênero e Número tem um percentual significativo de reportagens cotadas como moderadas (26%). Possui apenas 32% cotadas como muito fortes. Mas, igual percentual para forte (32%). A soma mostra consistência em boa parte das matérias da GN. Mas se o *The Bureau* tem 60% de suas reportagens com cotação máxima (60%), no polo oposto, 23% de suas matérias foram consideradas fracas. Esta classificação *fraca* é baixa na GN (9%) e inexistente na

²⁴⁶ Dentro da contemporaneidade, as redes sociais (Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram e outras) constituem-se fontes de informação que se consolidaram de forma popular nas redações. Registros no WhatsApp são a base de vazamentos que abasteceram denúncias publicadas, na mídia, envolvendo o juiz Sérgio Moro e a Operação Lava Jato, por exemplo.

Pública. Neste sentido, vale registrar que as 47 reportagens da Pública contam com fontes complementares – um dado que aponta rigor e sistemática no método.

Tabela 05: Outras fontes Comparação por agência

Agência/Outras fontes	Fraca	Moderada	Forte	Muito Forte	Total
Gênero e Número	5	14	17	17	53
Agência Pública	0	8	13	26	47
The Bureau of Investigative Journal	8	4	2	21	35

Agência/Outras fontes	Fraca	Moderada	Forte	Muito Forte	Total
Gênero e Número	9%	26%	32%	32%	100%
Agência Pública	0%	17%	28%	55%	100%
The Bureau of Investigative Journal	23%	11%	6%	60%	100%

O perfil das reportagens medidas como fracas na GN aponta a prevalência de matérias que trazem revelações relevantes, mas se atém somente aos dados. Alguns exemplos são: *Minoria entre vereadores, candidaturas negras são 60% das que receberam de zero a dois votos* (matéria_1), publicada em 20/11/2020; *Negros serão 44% dos vereadores nas capitais brasileiras em 2021* (matéria_7), publicada em 16/11/2021, e *Maioria entre docentes, mulheres são minoria na rede de ensino com remuneração mais alta* (matéria_35), publicada em 18 de abril de 2018. Mas a análise mostra que esse não é procedimento padrão na GN.

O mesmo acontece com o perfil da produção mensurada como fraca na TBIJ. Dentro da série sobre *Joint enterprise* – Sentença conjunta, as matérias *Joint Enterprise: a definition* (matéria_19) e *Get the data: joint enterprise* (matéria_20), publicadas em 31/03/2014, não repercutem o assunto com nenhuma fonte. As duas foram incluídas no *corpus* porque contam com links para os dados apurados por Maeve McClenaghham. Esses links, entretanto, estão quebrados (ver *Efetividade*). Por isso, mesmo com farta documentação, foram cotadas como moderadas no indicador macro *evidência*. No mesmo padrão, *Naming the dead: Visualised* (matéria_29, publicada) no dia 26/10/ 2014, e *History of drone warfare* (matéria_34), sem data, apresentam apenas dados. A primeira, uma visualização interativa em que cada ícone de pessoas traz o perfil de um civil morto. A segunda, links para documentos, entre os quais o livro *Predator: the secret origins of the drone revolution* – Predador: as origens secretas da revolução dos drones). As duas

são moderadas em termos de *evidência* e incompletas em termos de método – a matéria_29 também não inclui metodologia.

Das reportagens cotadas como *muito forte* na GN, a maioria tem sete *outras fontes*. A reportagem *A lei que pode tirar milhares de mulheres das prisões no Brasil* (matéria_32), publicada em 25/10/2017, conta com nove *outras fontes*, dentre as quais uma oficial, duas institucionais, um personagem, uma ONG/Ativista e três especialistas – a reportagem foi cotada com diversidade muito forte (ver próximo subindicador), método completo e evidência moderada, porque possui uma fonte não identificada, que subtrai na pontuação. A matéria relata a experiência de parir algemada.

No TBIJ, em oito das 16 reportagens consideradas muito fortes, os repórteres ouviram dez ou mais *outras fontes*. Um exemplo é *Reaping the rewards: how private sector is cashing in on Pentagon's insatiable demand for drone war intelligence* (matéria_16), que ganhou o *Global Editors Network Data Journalism Award* em 2016. Para abordar o envolvimento de empresas privadas na guerra contra alvos terroristas, os repórteres Abigail Fielding-Smith e Crofton Black entrevistaram 15 fontes em extensa apuração, que incluiu mineração e FOI – cinco fontes oficiais, uma em rede social, duas institucionais, uma empresarial, um personagem, três em *off* e dois especialistas.

Na Agência Pública, nove entre 26 reportagens cotadas como muito fortes têm 10 ou mais *outras fontes* e, nas demais, a apuração conta com uma média de sete fontes ouvidas. A reportagem *A caixa-preta do coronavírus no Brasil* (matéria_15), publicada em 25/03/2020, que aponta a incongruência dos números oficiais do governo frente ao levantamento do Observatório Covid 19 BR²⁴⁷, conta com 18 *outras fontes*. Os repórteres Bruno Fonseca, Bianca Muniz e Rafael Oliveira entrevistaram 11 fontes oficiais, quatro institucionais, uma ONG/Ativista, uma *in off* e um especialista. Ou seja, é um exemplo de trabalho feito com método completo e evidência forte (não chega a ser muito forte porque possui uma fonte não identificada). A reportagem *Covid atingiu mais*

²⁴⁷ Iniciativa independente com a participação de pesquisadores, o website traz informações atualizadas sobre COVID, com código aberto, em um esforço de qualificar e embasar cientificamente os dados sobre a pandemia no Brasil. No dia 08 de junho de 2020, foi criado um consórcio entre veículos da imprensa com o objetivo de trabalhar coletivamente por informações sobre a COVID em face dos obstáculos impostos pelo Ministério da Saúde, que restringia o acesso aos dados.

de 80% das prisões em 14 estados (matéria_46), publicada em 10/05/2020, busca 11 fontes complementares, incluindo três familiares de detentos e cinco fontes institucionais.

Outra forma de análise é a composição estrutural das reportagens a partir das fontes utilizadas. Abaixo, a Tabela 06 mostra o resultado da Agência Pública. Neste caso, o resultado confirma a afirmação da editora e repórter Natália Viana sobre fontes em *off*:

A gente tem por regra não ter fonte em off. (...) Para entender o que aconteceu, você tem que falar com o máximo de pessoas que você conseguir (...) independente de quem seja, um branco, um preto, um capitão, um general, se for vítima, se for mãe. Os jornalistas que trabalham para a gente são obcecados.

Tabela 06: Agência Pública – Outras fontes

Fonte	Quantidade de matérias	Percentual (%)
Oficial	31	66
Redes sociais	8	17
Institucional	36	77
Empresarial	8	17
Personagem	12	26
ONG/Ativista	16	34
In off	8	17
Especialista	20	43
	139	

Em seu site, a Agência Pública anuncia a intenção de fazer uma “apuração isenta e criteriosa baseada em fontes primárias”. A tabela acima aponta a hegemonia das fontes institucionais (77%), oficiais (66%) e especialistas (43%) com significativa presença de personagens em 12 das 47 matérias. ONGs e ativistas respondem por 34% da informação em 16 reportagens. A matéria_12, *Em duas semanas, número de negros mortos por COVID é cinco vezes maior no Brasil*, publicada em 06/05/2020, é construída com dados oficiais, mas repercute o assunto com quatro ONGs, incluindo uma integrante da Fundação Rosa Luxemburgo e do coletivo Ilú Obá de Min, em São Paulo.

Por outro lado, a composição da Gênero e Número (Tabela 07, a seguir) mostra uma estrutura bem diferenciada, apesar de também não abrir espaço para a

fonte em *off*. Embora as fontes institucionais (49%) tenham bastante peso nas reportagens, a GN recorre tanto a ONGs/Ativistas (42%) como a especialistas (49%) com o alto percentual. Uma distinção relevante é a presença de personagens (47%) ouvidos em 25 das 55 reportagens.

Tabela 07: Gênero e Número – Outras fontes

Fonte	Quantidade de matérias	Percentual (%)
Oficial	18	34
Redes sociais	7	13
Institucional	26	49
Empresarial	1	2
Personagem	25	47
ONG/Ativista	22	42
In off	2	4
Especialista	26	49
	127	

A opção declarada de evitar fontes com discurso de “retrocesso” e repercutir dados que revelam desigualdades aproxima a GN dos movimentos. Esta rotina já impôs discussões sobre possível falta de objetividade e viés em reuniões de pauta da equipe²⁴⁸. Mas devemos lembrar que em 83,02% dos dados apresentados pela agência (em 44 reportagens) são oriundos de bancos de dados oficiais. Na reportagem *Partidos recorrem a candidatas fantasmas para preencher cota de 30% das mulheres* (matéria_36), de 27/10/2016, Natália Mazote e Amanda Rossi mineraram dados do TSE e de dez partidos políticos e ouviram cinco personagens.

A gente sempre busca trazer personagens. Nem sempre isso é possível como nessa matéria das mulheres lésbicas que você citou, porque é um tipo de violência que ainda é mais doloroso de trabalhar, principalmente quando a gente fala de estupro coletivo. Depois que eu publiquei essa matéria, duas mulheres lésbicas vieram falar comigo sobre o que já tinham passado. Então, pra mim é muito importante essa questão de trazer personagens. Para mostrar que o dado não é só um número. Ele tem impacto na vida de alguém, na vida de determinados grupos (SILVA, 2021).

²⁴⁸ Giulliana Bianconi em entrevista à autora. Google meet em 18 jan. 2021.

Em procedimento bastante díspar em comparação com as agências brasileiras, nas matérias premiadas ou indicadas a prêmios construídas pelo TBIJ (Tabela 08, adiante), a fonte em *off* surge em terceiro lugar: 40%, ou seja, presente em 14 das 35 reportagens. Só ficou atrás dos 49% registrados para fontes oficiais (17 matérias) e dos 46% para consulta a especialistas e a ONG/Ativistas, que aparecem em 16 dos trabalhos publicados.

Tabela 08: The Bureau of Investigative Journalism – Outras fontes

Fonte	Quantidade de matérias	Percentual (%)
Oficial	17	49
Redes sociais	3	9
Institucional	13	37
Empresarial	12	34
Personagem	8	23
ONG/Ativista	16	46
In off	14	40
Especialista	16	46
	99	

Dentro da série sobre a Guerra dos drones, *Leaked Pakistani report confirms high civilian death toll in CIA drone strikes* – Vazamento de relatório sobre Paquistão confirma alto número de mortos em ataques por drones pela CIA – (matéria_28), publicada em 22/07/2013, o repórter Chris Woods repercute as mortes de 81 civis, negada pelo governo do Paquistão, com quatro fontes em *off*. Com um total de onze fontes complementares, conta com o mesmo número de fontes oficiais. Outra que mostra rigor é *CIA tactics in Pakistan include targeting rescuers and funerals* – Táticas da CIA incluem alvejar equipes de resgate e funerais – da mesma série. Quase todas as fontes complementares têm representação: duas oficiais, uma institucional, duas empresariais, três ONGs, três em *off* e dois especialistas. Nas entrevistas, os jornalistas do TBIJ reforçam a ideia de trazer a dimensão humana para além dos dados. Entretanto, apenas oito reportagens trazem depoimentos de personagens (23%) enquanto esta fonte aparece em 26% das matérias da Agência Pública e 47% da amostra da GN. São os personagens em sua forma tradicional de apuração que “humanizam” as narrativas da Pública e da GN.

Importante destacar a reportagem *Dying Homeless: counting the death of homeless people across the UK* – Morrer na rua: contando a morte de sem-teto no Reino Unido – (matéria_4). Publicada no dia 23/04/2018, recebeu três premiações e oito indicações, incluindo melhor time de jornalismo de dados para a editoria *Bureau Local* (responsável pelo projeto) no *Data Journalism Awards 2018*. Um longo painel reúne 449 fichas com informações de sem-teto que morreram nas ruas do Reino Unido entre 2017 e 2019. Não há entrevistas, mas a extensão do arquivo, que traz inúmeras fotos, causa desconforto. Outras reportagens dentro da série buscam repercutir o assunto com diversas fontes. Bruno Fonseca, da Agência Pública, reflete sobre a questão da dimensão humana:

(...) eu não acho que sejam só as histórias que humanizam. Teve várias histórias que eu vi que o que as pessoas compartilhavam chocadas eram os números. Essa primeira da morte dos negros no início da pandemia, pessoas compartilharam o infográfico. Isso chocou. Eu acho que é claro que você tem que chegar numa história de pessoas. Se você traz que para cada pessoa branca estão morrendo duas negras, eu acho que isso é uma forma de humanizar. Acho que humanizar, e os jornalistas às vezes erram um pouco nisso, não é só falar que a pessoa está enlutada, chorando, em prantos... Tem várias matérias que a gente não quer trazer esse sofrimento. (...) não é por falta de história humana que as coisas não se humanizam. Acho que é um conjunto e a Pública tem essas histórias de dados que vão trazer essa dimensão (humana). É legal tentar fazer a mesclagem. (FONSECA, 2021)

Compreendemos que vale destacar, na comparação das três agências, o peso que as fontes oficiais e fontes institucionais possuem. A proliferação de ONGs e instituições sem fins lucrativos que operam em prol da coletividade e da responsabilidade social (*accountability*) – no Reino Unido chamam-se *charities* – consolidou um novo tipo de fonte de informação. A desconstrução das reportagens apontou rigor no método de produção dentro de reconhecidos parâmetros de qualidade jornalística.

4.8.3. Diversidade como diferencial

No mais recente *Reuters Digital News Report* (REUTERS, 2021), uma parte da pesquisa realizada em quatro países – Estados Unidos, Brasil, Reino Unido e Alemanha – foi dedicada à questão da pluralidade e da imparcialidade. A

constatação do estudo é de que as pessoas esperam encontrar nas reportagens uma gama de pontos de vistas. Esta é a opinião de 74% dos brasileiros. Por ser um dos parâmetros de qualidade jornalística, foi importante incluir na pesquisa o subindicador *diversidade* para avaliação do método empregado pelas agências analisadas. A simples coleta de dados sobre as fontes utilizadas nas reportagens – tanto dados como fontes complementares – não seria suficiente para abranger o espectro desta questão.

Para realizar a mensuração, foram adotados os critérios estabelecidos por Rosenstiel, Just, Belt, Pertilla, Dean e Chinni (2007) em pesquisa que auferiu a qualidade da informação junto a 20 emissoras de TV. E outro parâmetro de qualidade foi definido a partir de estudo de Lacy et al. (1986), empreendido junto a veículos impressos. *Muita diversidade* é o mix de perspectivas, ou seja, uma mesma opinião não prevalece em 75% ou mais depoimentos. *Baixa diversidade* se quase a maioria dos depoimentos traz a mesma opinião, com pouco contraponto – muitas vezes uma declaração oficial no final da reportagem surge apenas como ritual estratégico (TUCHMAN, 1972/1999). *Falta de diversidade* ocorre se a reportagem evoca apenas um ponto de vista ou nenhum, ou seja, não expande as informações para além do enfoque apresentado pelos dados. O esforço por ouvir uma fonte, mesmo que não se obtenha resposta, foi considerado na avaliação (LACY et al., 1986).

No jornalismo guiado por dados, a coleta de informação passa pela filtragem realizada pelos repórteres. Marília Ferrari, designer da GN, observa que outra seleção ocorre na elaboração da visualização. Megan Lucero, editora do *Bureau Local* do TBIJ, repara como pode haver viés na origem, ou seja, na construção dos bancos de dados – ou no silenciamento imposto pela exclusão na recolha. Mas a jornalista enfatiza uma questão recorrente nas entrevistas: o trabalho de apuração continua além dos números na busca pela compreensão do que está acontecendo – o *the why* (porque), um dos *cinco W*²⁴⁹. Isso reforça a importância das fontes complementares – escrutinadas no subindicador *outras fontes*. Foi a observação das vozes trazidas nas reportagens que nos permitiu medir a diversidade no *corpus* analisado (Figura 18, abaixo).

²⁴⁹ Os cinco W no jornalismo são: *Who*, *What*, *When*, *Where* e *Why* (quem, o que, quando, onde e por que).

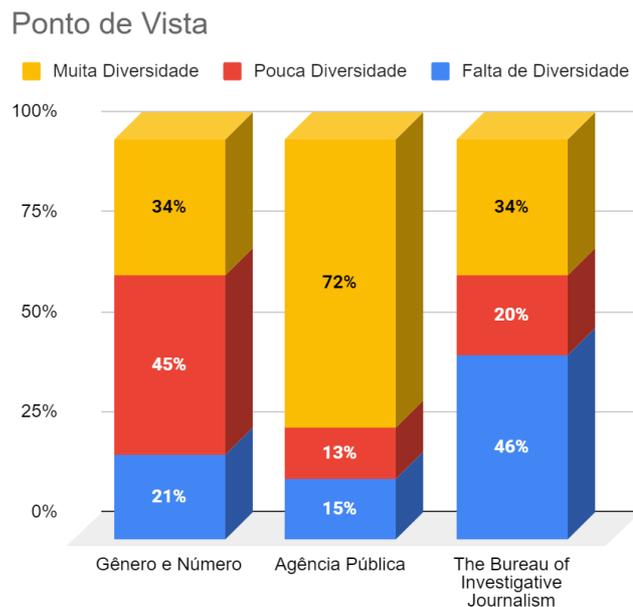


Figura 18: Diversidade percebida nas reportagens das agências.

A Pública é a agência que demonstra mais rigor em termos de equilíbrio (*fairness*). Com um total de 72% de matérias com *muita diversidade*, alia procedimentos clássicos de apuração com a abertura de dados. Esse é o caso da reportagem que revela massiva disseminação do coronavírus nos presídios brasileiros: *Covid-19 atingiu mais de 80% das prisões em 14 estados* (matéria_46), publicada em 10/05/2021. Além de trazer declarações de representantes do sistema penitenciário, dá acesso a arquivos em PDF (*Portable Document Format*, ou seja, formato de documento portátil) com as respostas dessas autoridades obtidas através da Lei de Acesso à Informação. Um desses exemplos é o trecho da matéria e reprodução de parte da resposta da Secretaria de Administração Penitenciária (SAP) do governo de São Paulo, aqui destacado na Figura 19:

Pública DADOS SEJA ALIADO

Procurada pela reportagem, a SAP informou que desde junho de 2020 tem realizado testagem em massa das pessoas privadas de liberdade e dos servidores do sistema penitenciário do estado e que “os cuidados com a população prisional têm sido efetivos”. O órgão destaca que o índice de letalidade é de 0,33% entre presos e 2,16% entre servidores, ambos abaixo do índice registrado na população em geral, de cerca de 3,3%. A SAP nega as denúncias de escassez de água, alimentação e atendimento médico. Leia a resposta na íntegra [aqui](#).

Figura 19: Exemplo de diversidade reforçada por dados abertos.

Com 34% das reportagens mensuradas dentro do critério *muita diversidade*, a GN apresenta um universo maior de matérias com *pouca diversidade* (45%). O procedimento padrão de buscar as fontes oficiais é empregado. Mas a diversidade fica comprometida porque grande parte dos depoimentos colhidos reforçam uma conclusão obtida a partir da análise de dados – que funciona como uma hipótese comprovada. Um exemplo é *Dificuldades financeiras e falta de acesso à internet impactam universitários negros e de baixa renda no retorno às aulas online* (matéria_4), publicada em 20/08/2020 – que revela como a pandemia afetou estudantes. Mesmo com depoimentos de reitores, prevalecem as opiniões que corroboram o título. E um gráfico mostra como a situação financeira é o fator que mais afeta a vida acadêmica de mulheres e homens negros.

Outro exemplo é a reportagem *Isolamento social limita acesso de população a tratamento transexualizador no SUS* (matéria_13), publicada em 16 de abril de 2020, que da mesma forma investiga implicações relacionadas ao coronavírus. A repórter Lola Ferreira e Sanara Santos – trans que é jornalista do site *É Nois* e trabalhou em parceria – ouviram autoridades, mas, com depoimentos de três trans e de ativista de entidade LGBT, a reportagem apresenta pouca diversidade. A visualização, por sua vez, evidencia como o número de cirurgias encontra-se reduzido em função da pandemia e deixou a Região Norte do Brasil sem atendimento. Os dados disponibilizados em planilhas são mais uma forma de reforçar um ponto de vista. Na Figura 20, a seguir, reproduzimos parte da reportagem que mostra equilíbrio na tentativa de ouvir a fonte oficial (LACY & ROSENSTIEL, 2015):

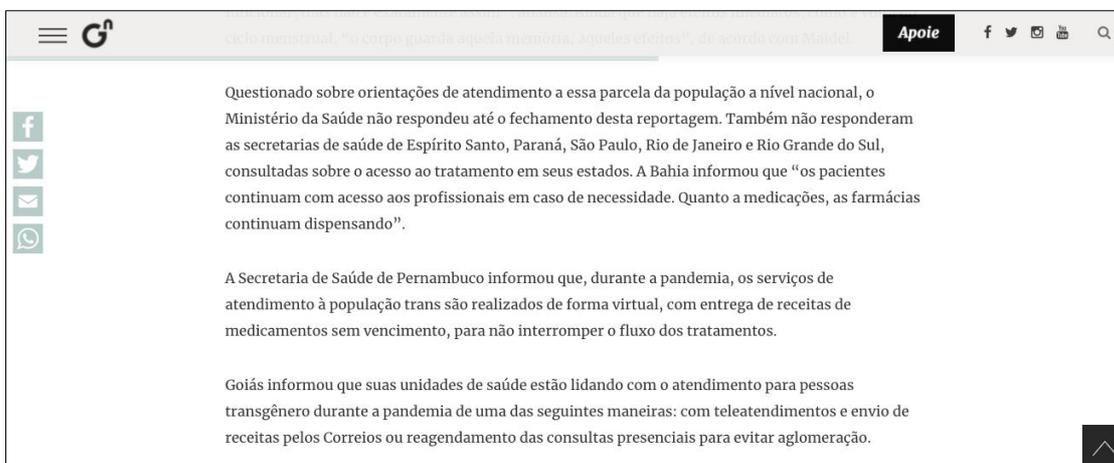


Figura 20: Diversidade: o recurso “não obtivemos resposta”.

Giulliana Bianconi admite que a equipe já fez autocrítica sobre reportagens “enviesadas”, mas afirma que não existe a intenção de trazer somente um ponto de vista afinado com a “visão de mundo” da GN. “Dar voz a pessoas que representam aquela realidade na pauta” é um dos princípios da Gênero e Número que, segundo Bianconi, não faz o que ela chama de “jornalismo de torre de marfim”, ou seja, restrito sempre às mesmas referências. Assim como os demais profissionais, a editora da GN assinala a importância de expandir a discussão a partir de fontes diversas, sem excluir figuras renomadas.

A Pública era considerada veículo de direita durante o governo Dilma e atualmente é rotulada como veículo de esquerda no governo Bolsonaro, revelaram seus profissionais nas entrevistas. O foco da agência, segundo informações colhidas nas entrevistas, é contestar violações aos direitos humanos conduzidas por quaisquer governos. Bruno Fonseca pontua que o enquadramento ocorre na “seleção da fonte, no lugar onde você coloca a fonte no texto, no destaque que você dá para a fonte e mesmo nas perguntas que você faz para a fonte”. Apesar desta constatação, Fonseca sustenta que é importante ver se esse enquadramento está levando a um viés deturpado:

O que ajuda nas matérias de dados é que no geral a gente não faz matérias que dependeriam exclusivamente da fala de uma fonte, como um especialista ou pesquisador. E que isso sustente o central da matéria. Em geral, é o oposto. O levantamento de dados vai ser um enquadramento? Vai. Mas às vezes nem é nosso. O Ministério da Saúde tem a ficha de notificação de um jeito tal para fazer um determinado levantamento. Mas aí não tenho como criar um ministério próprio, meu SUS, para fazer um enquadramento melhor (FONSECA, 2021).

Da mesma forma que as demais agências, o TBIJ busca fontes complementares em suas reportagens, mas o resultado do levantamento mostra falta de uniformidade. Há matérias tecidas com máximo rigor como as já citadas reportagens sobre desmatamento na Amazônia causado pela criação de gado (matéria_11) e sobre a cadeia de abastecimento de medicamento para tratamento de pacientes internados com Covid-19 (matéria_35). A matéria_4, *A national scandal: 449 people died homeless last year* – Um escândalo nacional: 449 pessoas morreram na rua no ano passado, publicada no dia 08/10/2018, também apresenta equilíbrio ao ouvir ativistas e fontes do governo. A matéria_12, *The rise of megafarm: how the British meat is made* – A ascensão das megafazendas: como é

produzida a carne britânica, publicada em 17/07/2017, conta com 13 fontes complementares, incluindo diferentes pontos de vista dentro do setor, especialistas, ativistas e uma tentativa infrutífera de obter resposta do *Department of Environment, Food and Rural Affairs* (Departamento de Meio Ambiente, Abastecimento e Assuntos Rurais).

Mas, apesar de a editora-chefe Rachel Oldroyd sustentar, na entrevista, que o TBIJ não faz jornalismo de campanha, 20% das matérias apresentam pouca diversidade e 46% apontam para uma falta de diversidade. A predominância de vozes do ativismo explica esse resultado em parte das reportagens analisadas. No levantamento em que mapeamos as fontes complementares, detectamos que 53% são representantes de ONGs. Isso fica evidente na reportagem *Every week two people died sleeping roughly* – Toda semana morriam aproximadamente duas pessoas (matéria_5), que faz parte da série sobre sem-teto. Entre as 12 fontes, seis são ONGs e três são personagens.

Em *Brazilian meat giant trucked cattle from deforested amazon ranch* – Gigante do setor de carnes transportou gado de fazenda que desmata Amazônia (matéria_9), publicada em 27/07/2020, os repórteres adotam procedimentos corretos. Denunciam o frigorífico JBS e incluem declarações fornecidas pela multinacional de origem brasileira. Entretanto, predomina, a partir das dez fontes, uma visão negativa sobre o negócio com depoimentos do *Greenpeace*, da ONG *Trase* e informações em *off* de políticos e ativistas que associam o consumo de carne nos países do Oeste às queimadas na Amazônia. A pouca diversidade se estabelece porque, mesmo com diversas fontes, prevalece uma opinião (ROSENSTIEL et al., 2007). Bruno Fonseca revela os desafios que encontra em sua rotina:

Como a gente faz muitas matérias em relação ao governo, a gente tenta dar esse outro lado, essa outra perspectiva que, às vezes, vem do próprio governo ou das fontes oficiais. E muitas vezes a gente acaba derrubando. A matéria não chega a ir porque é considerada muito complexa ou você não conseguiu ouvir o outro lado ou outra perspectiva que mostre a contradição ou esse complexo. Acho que a gente tá vivendo uma época que está sendo muito desafiadora para os jornalistas.

Dentro do critério *falta de diversidade*, estão algumas reportagens sem fontes complementares ou que se atêm à informação consolidada na visualização. Isso ocorre nas três agências. *Payday loans companies charging up to 7,000% to*

experience huge growth – Empresas de empréstimo consignado cobrando até 7.000% para aumentar negócios –, publicada pelo TBIJ no dia 05 setembro de 2013, não escuta as empresas denunciadas, nem mesmo consumidores. Isso ocorre também na GN e na Pública, onde algumas matérias se atêm apenas à informação trazida na visualização. O índice de falta de diversidade é respectivamente 21% e 15%. Inclui pautas que trazem revelações relevantes, mas não contextualizam. Um exemplo na Pública ocorre na matéria_8, *Governo gastou mais de R\$30 milhões em rádios e TVs de pastores que apoiam Bolsonaro*, publicada em 15 de junho de 2020. Na GN, a reportagem *Minoria entre vereadores eleitos, candidaturas negras são 60% das que receberam de zero a dois votos* não aprofunda ou repercute a descoberta.

A avaliação da diversidade mostrou menos rigor, de modo geral, na cobertura do TBIJ. E menos uniformidade, uma vez que, como apontamos, algumas matérias são muito bem estruturadas em termos de pontos de vista. Esta heterogeneidade se revela nas séries sobre sem-teto e sobre a Guerra dos drones, que reúnem reportagens cotadas com diferentes mensurações. A GN mostrou um comportamento que revela afinidade com sua natureza de veículo associado a um nicho e pautas que envolvem movimentos de gênero e raça. Merece ressalva o volume de inferências obtidas pelo reportariado.

A Agência Pública, por sua vez, traz muitas denúncias que atingem governos e instituições. Isso nos parece um indicativo que explica a preocupação com o rigor como forma de legitimar o conteúdo, inclusive contra possíveis processos. Muitas reportagens são encaminhadas ao setor jurídico antes da publicação para eventuais alterações necessárias de termos e nomenclaturas. E, ao tratar dados, a agência é sistemática na linkagem para decretos, leis e resoluções que menciona em suas matérias.

4.8.4. Fontes não identificadas

Como já foi mencionado, uma regra básica da boa reportagem é a identificação clara e sistemática das fontes de informação (FIDALGO, 2000, p.326). Não é por acaso que jornalistas como Natália Viana estabelecem que a fonte em *off* deve ser evitada, pois não informa ao leitor onde o repórter encontrou a informação divulgada. Entretanto, este é um recurso legítimo e aceito nos manuais de redação porque as fontes

têm direito ao anonimato; está prevista na Constituição Federal o direito ao jornalista de não revelar sua fonte.

Mas há casos em que uma informação não é associada nem mesmo à fonte em *off*, o que enfraquece a transparência no processo de construção da notícia. O subindicador *fontes não identificadas*, portanto, é um dos utilizados na avaliação da *evidência*. Fidalgo (2000) destaca que a transparência perpassa vários planos, dentre os quais a negociação com a fonte de forma clara, adequada e digna para ambas as partes – que inclui o respeito ao eventual pedido de anonimato. Outro ponto destacado pelo autor como consenso nos códigos deontológicos no que tange a questão da transparência é o princípio de identificação de todas as fontes como regra geral (e importante para a credibilidade e fiabilidade da informação difundida), “que só em circunstâncias especiais deve admitir exceções – e, mesmo nestes casos, com as identificações parciais o mais aproximadas que seja possível” (FIDALGO, 2000, p.329). É neste sentido que consideramos relevante adotar, como critério com desempenho negativo, a presença de fontes em *off*, observadas as peculiaridades inerentes em sua utilização.

Fontes não identificadas são encontradas na produção das três agências. Mais da metade das reportagens da TBIJ apresentam uma, duas ou três fontes não identificadas (57%)²⁵⁰. Dezesesseis reportagens oferecem transparência sobre todas as fontes. Um exemplo de fonte não identificada e informação pouco clara está em *A national scandal: 449 people died homeless in last year* – da série premiada *Homelessness*. A matéria_3 produzida pela editoria do *Bureau Local* do TBIJ não credita a nenhum órgão a informação sobre o aumento no número de pessoas que se inscreveram solicitando classificação como sem-teto na Escócia²⁵¹: *In Scotland, the number of people applying to be classed as homeless rose last year for the first time in nine years. In Northern Ireland, the number of homeless people rose by a third between 2012 and 2017.*

²⁵⁰ As matérias _14, _16, _17, _21, _23, _25, _26, _27, _33, _34, _35 têm uma fonte não identificada. As matérias _3, _4, 7, 12, 9, 12, 22 e 31 têm duas fontes não identificadas. A matéria _10 tem três fontes não identificadas.

²⁵¹ Tradução da autora: Na Escócia, o número de pessoas que se inscreveram solicitando classificação como sem-teto aumentou no ano passado pela primeira vez em nove anos. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2018-10-08/homelessness-a-national-scandal>. Acesso em 19 maio 2021.

Em outra reportagem, construída a partir de informação colhida em perfil no Facebook, o *The Bureau* denuncia a JBS por envolvimento em lavagem de gado – *Brazilian Meat giant trucked cattle from deforested amazon ranch*, publicada em 27/07/2020. Uma postagem de Alessandro Ale, funcionário da JBS, sugere a operação ilegal de compra de gado da Fazenda Estrela do Aripuanã – multada em R\$ 2,2 milhões pela Ibama por causar desmatamento. Parceiros na reportagem, o jornal *The Guardian* e a *Repórter Brasil* construíram textos próprios. Não há identificação da fonte para a seguinte informação:

A JBS, que fornece gado da Amazônia para seu enorme mercado global de carne bovina, tem receita anual de US\$ 50 bilhões e abate quase 35.000 cabeças de gado por dia somente no Brasil. Suas exportações de carne bovina para a Europa continental aumentaram em um quinto nos últimos anos, apesar da emergência na Amazônia (TBIJ).

Em outra reportagem sobre a Amazônia, publicada um ano antes, *The Bureau* revela números divergentes em infográfico (77 mil cabeças de gado)²⁵². A versão do *Guardian*, sob o título *Revelado: novas evidências associam gigante brasileira JBS a desmatamento na Amazônia* não traz a informação sobre número de abate²⁵³. A Pública cobriu o mesmo assunto em matéria inserida na seção *Reportagens* sob o título *Lavagem de gado dentro de terra indígena no Mato Grosso foi parar na JBS*, publicada no dia 05/08/2020, com reprodução de documentos que comprovam a denúncia²⁵⁴. A matéria_9 foi cotada com evidência moderada.

²⁵² *JBS: the Brazilian butchers who took over the world* (JBS: os açougueiros brasileiros que dominaram o mundo. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2019-07-02/jbs-brazilian-butchers-took-over-the-world>. Acesso em 15 jan. 2020.

²⁵³ *Revealed: new evidence links Brazil meat giant JBS to Amazon deforestation* (Revelado: novas evidências associam gigante brasileira JBS a desmatamento na Amazônia). Disponível em <https://www.theguardian.com/environment/2020/jul/27/revealed-new-evidence-links-brazil-meat-giant-jbs-to-amazon-deforestation>. Acesso em 20 jan. 2020. A Pública fez reportagem sobre o mesmo assunto com reprodução das GTAs.

²⁵⁴ Vale destacar que o então correspondente do *The Guardian* no Brasil, o jornalista Dom Philips, confirmou que houve checagem das GTAs por Alexandra Heal, da equipe do TBIJ. O jornal britânico mantém uma parceria com o TBIJ na editoria de Meio Ambiente. Informação enviada por WhatsApp no dia 18/01/2020. Disponível em <https://apublica.org/2020/08/lavagem-de-gado-dentro-de-terra-indigena-no-mato-grosso-foi-parar-na-jbs/>. Acesso em 15 jan. 2020.

Na Pública²⁵⁵, o percentual de ocorrência de fontes não identificadas é de 25% e na GN é de 32%²⁵⁶, o que aponta transparência e evidencia rigor. Vale destacar o baixo uso de fontes em *off* nas duas agências. Curiosamente, uma única reportagem da Gênero e Número apresenta seis informações sem referenciar a fonte, além de usar redes sociais como fontes e aproveitar o recurso do hiperlink para o perfil citado. A reportagem, publicada em 29 de outubro de 2020, revela que, em quatro municípios, a corrida eleitoral é dominada por mulheres vinculadas ao legado do pai, marido ou avô – *Disputas à prefeitura dominadas por mulheres simbolizam continuidade de legado familiar* (matéria_12). É possível supor que a informação foi coletada junto ao TSE, mas não é feita menção:

Nas redes sociais, Núbia exibe muitas fotos com seu marido, inclusive como imagem principal. Rodrigo também é o segundo maior doador para a campanha da mulher, entre as pessoas físicas. Até agora, foram doados R\$ 2.200. Só quem doou mais que ele foi seu irmão, Marcelo Mota de Macedo, com uma quantia de R\$ 12 mil. Marcelo é deputado estadual em Roraima há quatro mandatos (GÊNERO E NÚMERO, 29/10/2020).

Como tem visualização muito bem elaborada, alta cotação em *dados fontes* e *outras fontes*, 100% de efetividade e dados abertos, o indicador *evidência* ainda assim é forte. A matéria_41, *Cidades onde mulheres são maioria na Câmara não refletem emancipação feminina na política*, publicada em 20/09/2016, não deixa clara a origem da informação sobre três candidatas: Marcela Fonseca, conhecida como Marcela Warmillon (PSD/MG), Suely Campos (PP/RR) e Telma Gonçalves de Oliveira (PTC/MA). Neste caso, o subindicador compromete a avaliação da reportagem que foi categorizada como *moderada* em *evidência*, pois traz apenas uma fonte complementar e apenas um mapa e uma tabela (poucos elementos se consideramos a média apresentada na produção da GN).

A Pública incorre em uma construção que manuais de redação como do jornal O Globo recomendam evitar: na reportagem *Durante pandemia, governo gasta R\$ 10 milhões para divulgar “imagem positiva” no Brasil e no exterior* (matéria_9), publicada em 04/06/2020, encontra-se a construção “A campanha teria sido aprovada

²⁵⁵ A Agência Pública apresenta as seguintes reportagens com uma fonte não identificada: _6, _11, _12, _13, _15, _22, _23, _24. Com duas fontes: _16 e _43. Com três: _7 e _18.

²⁵⁶ Com uma fonte não identificada, matérias_5, _11, _21, _22, _32, _40, _42, _44, _45, _48; com duas fontes não identificadas, matérias_9, _1, _14, _52; com três não identificadas, a matéria_41; com cinco fontes não identificadas, a matéria_3; e com seis fontes não identificadas, a matéria_12

pela ministra da Agricultura, Tereza Cristina, e entidades do setor agropecuário”. A informação está grifada como link para reportagem do jornal Valor²⁵⁷ que somente abre acesso a seus assinantes. Bruno Fonseca reconheceu as armadilhas desta prerrogativa – usada pelas três agências – que, em tese, visa a dar crédito a informação encontrada por equipe de outro veículo:

Acho que o ideal somente seria linkar para uma apuração que não tem como você chegar ao documento. (...) Se alguém fez isso de linkar uma coisa que é central para compreender o que a gente tá falando, acho que foi um erro nosso. O ideal seria tentar trazer um trecho da reportagem, explicar pelo menos o que é. Porque se a pessoa quiser ver o link para ver a matéria completa é útil. A gente deve tentar priorizar, a não ser quando é impossível, esses sites que têm a reportagem aberta. Mas realmente são dilemas do jornalismo atual. Você precisa ganhar dinheiro, esse modelo de *paywall* é difícil²⁵⁸ (FONSECA, 2021).

Em outra reportagem sobre a pandemia, *Enquanto leitos do SUS chegam ao limite, há vagas nos hospitais privados* (matéria_10), publicada no dia 21/05/2020, Bianca Muniz e Bruno Fonseca escreveram:

Além disso, a Pública descobriu que o Ministério da Saúde já recebeu propostas de entidades que representam hospitais particulares para que o governo pague UTIs privadas para a população que depende do SUS. Segundo a reportagem apurou, a proposta foi feita enquanto o Ministério da Saúde era comandado por Nelson Teich (AGÊNCIA PÚBLICA, 21/05/2020).

Não fica claro onde a informação foi apurada ou se foi obtida em *off*. A reportagem é um exemplo de adoção comum do hiperlink no jornalismo digital. Dos nove links, um direciona o leitor para um documento, outro para a página do Ministério da Saúde, dois outros acessam matérias da Pública relacionadas ao colapso dos hospitais e cinco direcionam para outros veículos (UOL, Jornal Nacional, G1 e página de notícias da Fenacor – Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados). Os sites são abertos; portanto, a linkagem funciona.

²⁵⁷ Disponível em <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2019/08/08/um-plano-para-lustrar-a-imagem-do-brasil.ghtml>. Acesso em 15 abr. 2021.

²⁵⁸ Importante lembrar que a avaliação não considerou links externos justamente porque muitas vezes não estão acessíveis. O recurso é usado com mais frequência na Pública e no TBIJ, mas não é considerado um “link genuíno”, como o hiperlink que permite ao leitor acessar bancos de dados e documentos.

A presença de fontes não identificadas mostrou-se um subindicador que pode desequilibrar a evidência nas reportagens se os demais fatores computados estão comprometidos em suas avaliações. Em alguns casos, reportagens com boa visualização, dados abertos e boa cotação em fontes dados e complementares deixam de ter evidência muito forte²⁵⁹.

Para além da questão da transparência, o resultado aponta o nível de rigor nos processos de construção da reportagem. Outrossim, a cultura de usar hiperlink para documentos externos não faz parte da proposta experimental em tela, mas, ao realizar a análise de conteúdo, que exigiu checagem de todos os links apresentados, foi perceptível que o artifício esbarra muitas vezes na impossibilidade de checar a informação mencionada, o que, de certa forma, constitui um caso de *fonte não identificada*.

4.8.5. Visualização dos dados

Outra observação comum às três agências diz respeito à apresentação visual dos dados, que contribui sobremaneira para a expressão do que se pretende comunicar – um trabalho que a fotografia também cumpre no jornalismo tradicional. Neste sentido, a *designer* Marília Ferrari, da GN, destaca o quanto a transparência demanda vários “passos” e um processo de “filtragem” que envolve “até a escolha do que vai estar escrito na própria visualização”:

“Projetar um gráfico e analisar dados são duas formas de trabalho diferentes”, vaticina Simon Rogers (2013)²⁶⁰, autor de *Facts are Sacred* (sobre jornalismo de dados) e criador do *Datablog* do jornal *The Guardian*. A fim de mapear os formatos visuais desenvolvidos pelas equipes para comunicar os dados analisados em suas reportagens, levantamos os formatos de visualização usados nas

²⁵⁹ São exemplos as matérias _11 e _15 da Pública; _26, _33 e _34 do Bureau e _5, _11 e _41, da GN (ver respectivas planilhas Excel nas notas de rodapé 227, 228 e 229).

²⁶⁰ Tradução da autora para *Designing a graphic and analyzing data are two different jobs* (ROGERS, 2013, p.293). O *Datablog* do jornal *The Guardian* reúne jornalismo de dados com visualizações diferenciadas e bem elaboradas. Simon Rogers apresenta o projeto, em sua página pessoal, como uma seção com dados brutos que encoraja os leitores a analisá-los. Mas não há links para acessar planilhas. <https://www.theguardian.com/data>. Acesso em 24 ago. 2021. Em outra página antiga, sob o mesmo título *Datablog*, o leitor tem acesso ao material bruto de uma dezena de reportagens. As duas páginas não se interconectam. Disponível em <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jan/27/data-store-office-for-national-statistics#data>. Acesso em 04 jun. 2020.

135 produções que compõem o *corpus* da pesquisa. Além de escrutinar o *design* empregado, a observação permitiu auferir o volume de informação visual construída e evidenciada a partir de elementos como, por exemplo, mapas e/ou gráficos.

O subindicador *visualização* tem peso na mensuração do indicador macro *evidência*. Para um grupo de *designers* gráficos, como Neville Brody, da *BBC* (*British Broadcasting Corporation*), transformar a informação em algo atraente ofusca a importância da notícia (ROGERS, 2013, p.296). Se o *design* e o estilo têm sua relevância no jornalismo de dados, o visual se apoia na objetividade, na evidência e nos fatos (FROST & STURT, 2015; KENNEDY et al., 2016). Ex-chefes de criação da agência digital do jornal *The Guardian*, Frost e Sturt²⁶¹ (2015) pontuam como a visualização de dados é calcada na seleção do que é relevante e numa ênfase hierárquica de elementos. Mas a eficácia nesta forma de comunicação passa pela precisão que gera confiança.

Para criar um gráfico, temos que estruturar e enfatizar os elementos dos dados para gerar uma analogia visual para os dados, um padrão. Nosso interesse é ajudar (o leitor) a compreender essa precisão, para uma leitura individual. Usamos o efeito (...) pré-consciente dos recursos visuais para dar ao nosso público uma visão mais ampla dos dados que, por sua vez, os ajuda a aprimorar sua compreensão granular²⁶² (FROST & STURT, 2015).

Usar recursos visuais para tornar a informação da reportagem mais compreensível para os leitores é o princípio da visualização no jornalismo de dados (ROGERS, 2013, CAIRO, 2019, FROST & STURT, 2015). Encontrar a melhor forma de comunicar foi uma expressão comum nas entrevistas realizadas com os profissionais das agências pesquisadas. Boutaud, líder de dados do *Bureau Local*, percebe como dados visualizados engajam o leitor e imprimem mais confiança na reportagem. Diretora de arte e design da Gênero e Número, Marília Ferrari, observa

²⁶¹ Com quase 20 anos de experiência, Tobias Sturt e Adam Frost são os diretores da agência britânica *Add Two* - especializada em visualização de dados e treinamento em jornalismo de dados. Oferecem um curso online no programa educativo *The Guardian Masterclass*.

²⁶² Tradução da autora para: *In order to creat a chart, we have to structure and emphasize elements of data to generate a visual analogy for data, a pattern. we are interested in helping them understand that accuracy, to use it for themselves. We are using the (...) preconscious effect of visuals to give our audiences a broader view of data that in turn helps them to sharpen their granular understanding.*

que o visual traz novas camadas e evidencia o conteúdo, mas, se é mal elaborado, pode comprometer a credibilidade. Entender que a visualização não é um apêndice e pensar nas possibilidades visuais com a devida antecedência são fatores considerados relevantes pelos profissionais entrevistados²⁶³. Como já disse o editor de dados Bruno Fonseca, uma boa visualização pode dar dimensão à informação:

Teve várias histórias que eu vi que o que as pessoas compartilhavam chocadas eram os números. Nessa primeira (reportagem) da morte dos negros no início da pandemia, as pessoas compartilharam o infográfico. Isso chocou. (...) Se você traz que para cada pessoa branca estão morrendo duas negras, eu acho que isso é uma forma de humanizar. Acho que humanizar, e os jornalistas às vezes erram um pouco nisso, não é só falar que a pessoa está enlutada, chorando, em prantos. Têm várias matérias que a gente não quer trazer esse sofrimento (FONSECA, 2021).

Os infográficos vêm sendo usados largamente na cobertura sobre a Covid-19. Cósta-Sanchez e López-Garcia (2020) observam como gráficos de barras e colunas, linhas do tempo e mapas interativos têm servido de apoio à informação nos veículos tradicionais. Um exemplo citado pelos autores é a reportagem *Which country have the most cases and deaths* – Que país teve o maior número de casos e de mortes, que é atualizada regularmente e passou a contar com um panorama da vacinação²⁶⁴. Outro exemplo vem do *New York Times*, com a reportagem *An incalculable loss* – Uma perda incalculável, atualizada no dia 27/05/2020, com o desenho estilizado de milhares de pessoas e nomes de algumas vítimas da Covid²⁶⁵. Entretanto, Tufekci, socióloga e professora da Universidade da Carolina do Norte com foco em *big data* e inteligência artificial, reflete sobre visualizações que mais confundem do que informam em artigo de opinião sob o título *Show me the data* – Mostre-me os dados, publicado no próprio *New York Times*, no dia 27/08/2021²⁶⁶, no qual aborda a questão da resistência às vacinas e a importância de acesso às fontes dos dados.

²⁶³ Informações colhidas nas entrevistas realizadas com Marília Ferrari e Natália Leão (GN), Charles Boutaud e Megan Lucero (TBIJ) e Bruno Fonseca e Thiago Domenici (Pública).

²⁶⁴ Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2021/jun/11/covid-world-map-which-countries-have-the-most-coronavirus-vaccinations-cases-and-deaths>. Acesso em 27 ago. 2021.

²⁶⁵ Disponível em <https://www.nytimes.com/interactive/2020/05/24/us/us-coronavirus-deaths-100000.html>. Acesso em 27 ago. 2021.

²⁶⁶ Disponível em <https://www.nytimes.com/2021/08/27/opinion/covid-data-vaccines.html>. Acesso em 27 ago. 2021.

A evidência fomentada pela visualização dos dados é reforçada pela associação com os dados abertos oferecidos em boa parte das reportagens das três agências focalizadas na pesquisa em tela. Kennedy, Hill, Aiello e Allen (2016) destacam que links para fontes de dados permitem que os leitores possam examinar a informação e verificar que o design elaborado é fiel aos dados apurados – uma aspiração dos profissionais entrevistados pelas pesquisadoras. Por outro lado, mostram que os responsáveis pelos infográficos confiam na veracidade dos dados, o que imprime um “trabalho retórico e persuasivo de atribuir transparência e confiabilidade às visualizações”²⁶⁷ (ibidem, p. 731). Recorrem a Latour a fim de salientar que os rastros dos estágios de criação são componentes-chaves para “transmitir a verdade” (LATOUR apud KENNEDY et al., 2016). *Links* para fontes dados, assinalam as autoras, oferecem essa rastreabilidade:

precisamos tentar dar sentido a essas afirmações contraditórias sobre o que as visualizações são e podem fazer. Uma maneira de fazer isso é examinar os recursos disponíveis aos visualizadores à medida que eles produzem visualizações, como as convenções que foram estabelecidas ao longo do tempo e que são consideradas para marcar as visualizações como profissionais ou bem feitas. Argumentamos que as convenções funcionam para imbuir as visualizações com a qualidade da objetividade (que reúne outras qualidades, como transparência, cientificidade e facticidade). Isso dá a impressão de que as visualizações estão mostrando os fatos, contando-os como são, oferecendo janelas para os dados. Não são os designers de visualização que estão criando esse senso de objetividade, propomos, mas sim as convenções nas quais eles necessariamente se baseiam na produção de visualizações (KENNEDY et al., 2016, p.716)²⁶⁸.

Entre as convenções apontadas na pesquisa estão o acesso às fontes dados, layouts que oferecem clareza e simplicidade na leitura, formatos e recursos que ordenam o visual e objetividade gerada pelo uso de bidimensionalidade – do geral

²⁶⁷ Tradução da autora para: *performs the rhetorical, persuasive work of ascribing transparency and trustworthiness to visualizations.*

²⁶⁸ Tradução da autora para: *we need to try to make sense of these contradictory assertions about what visualizations are and can do. One way of doing this is to examine the resources available to visualizers as they produce visualizations, such as the conventions that have been established over time and that are considered to mark visualizations as professional or well-made. In this paper, we argue that conventions work to imbue visualizations with the quality of objectivity (which brings together other qualities such as transparency, scientificity and facticity). This produces the impression that visualizations are showing the facts, telling it like it is, offering windows onto data. It is not visualization designers who are creating this sense of objectivity, we propose, but rather the conventions on which they necessarily draw in producing visualizations.*

para o específico – apoiado em mapas, gráficos de pizza ou com eixo x/y (KENNEDY et al., 2016, pp.723-731)²⁶⁹. Autores como Hermida e Young (2019) e Barnhurst (1994) compreendem que gráficos servem para realçar valores jornalísticos de objetividade e imparcialidade. Barnhurst observa que números são retratados como fatos objetivos e denotam concretude e precisão em função da correspondência gráfica com o que expressam do mundo real (BARNHURST apud HERMIDA & YOUNG, 2019, p.79).

A compreensão da importância da qualidade na visualização explica por que as agências – mesmo com equipes reduzidas – confiam a tarefa a designers como Ferrari, formada em Arquitetura, e Vitória Sacagami, designer com formação em visualização de dados, na GN, ou àqueles com habilidades multimídia, como Bruno Fonseca, da Pública, e Charles Boutaud, do TBIJ. Jornalista formado pela Universidade Federal de Minas Gerais, Fonseca tem experiência na diagramação e nos infográficos. É ele quem dá suporte aos demais repórteres da agência. O canadense Charles Boutaud formou-se em jornalismo em Quebec, Canadá, e fez mestrado em Ciência da Computação na Universidade de Cardiff, no País de Gales, Reino Unido. A GN conta ainda com a pesquisadora e analista de dados Flávia Bozza Martins e com a coordenadora de dados e pesquisa Natália Leão – outra função acumulada por Boutaud. Leão define a checagem da visualização como parte fundamental do processo.

Uma análise prévia do conteúdo das agências indicou as seguintes construções visuais nos sites das agências: gráficos, mapas, visualização interativa e formulários. *Charts* ou *graphs* – traduzidos, na nomenclatura inglesa por gráficos – são a base dos formatos definidos como *infográficos*. Há uma paleta de possibilidades visuais, mas, cabe ressaltar que não houve a intenção de descer a filigranas. Nossa análise foi pautada por classificação mais abrangente da visualização e teve como norte, e inspiração, mapeamentos distintos de conteúdo premiado no segmento do jornalismo de dados com resultados diferenciados (YOUNG et al., 2018; LOOSEN et al., 2015). A avaliação considerou a mensuração *bastante elementos, alguns elementos, poucos elementos e inexistente* (ver gráfico

²⁶⁹ Para mais informações sobre recursos visuais como os citados acima e outros como Diagramas, gráficos de rosca, gráficos radiais, gráficos de barras e torta, histogramas, gráficos de linha e gráficos de série temporal ver “The work that visualisations conventios do” (KENNEDY et al., 2016). Disponível em <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1153126> Acesso em 26 agosto 2021.

da Figura 21, a seguir), de acordo com a metodologia já explicitada.

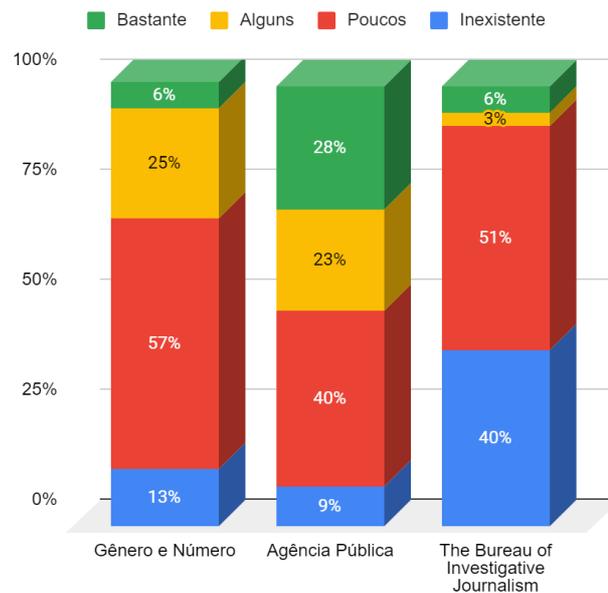


Figura 21: Percentual de elementos de visualização por agências.

Os mapas dinâmicos aparecem em primeiro lugar dentre 14 das 26 reportagens canadenses premiadas (YOUNG et al., 2018) e correspondem a 49,8% das 225 reportagens premiadas pelo *Data Journalism Award* entre 2013 e 2016 (LOOSEN et al., 2017). Outra pesquisa se debruçou sobre 44 trabalhos premiados no mesmo evento realizado pela *Global Editor Network* e auferiu que 77% recorreram a gráficos e mapas. Se recuarmos no tempo, os mapas mostram supremacia. Um estudo realizado, em 1997, junto a 127 jornais americanos, detectou que 95,9% elaboravam visualização a partir do formato que responde aos cinco *Ws* do jornalismo – *Who, What, When, Where and Why* (quem, o que, quando, onde e como).

A cartografia, no século XVIII, já registrava a produção de mapas de contorno e mapas topográficos introduzidos por Phillippe Buache (em 1752) e Marcellin du Carla-Boniface (em 1782), trabalhos que figuram entre as primeiras visualizações (FRIENDLY et al., 2008). Em 1821, Florence Nithingale desenvolveu os gráficos de áreas polares, conhecidos como diagramas de rosa, com a intenção de denunciar as condições precárias dos soldados nas frentes de batalha. Mas antes, em 1786, foi publicado o primeiro gráfico de barras horizontais para explicar dados econômicos sobre negócios escoceses no *The Commercial and Political Atlas* (ROGERS, 2013, p.62). Simon Rogers (2013) sentencia que, se mudaram as ferramentas, as motivações

para visualizar os dados seguem no mesmo diapasão.

No *corpus* analisado para a pesquisa em tela, o resultado difere significativamente das pesquisas citadas anteriormente. Ocorre a combinação de mais de um elemento em algumas matérias, mas, ao isolarmos os diferentes formatos, a presença dos mapas revela-se menos preponderante (ver Figuras 22, 23 e 24, a seguir).

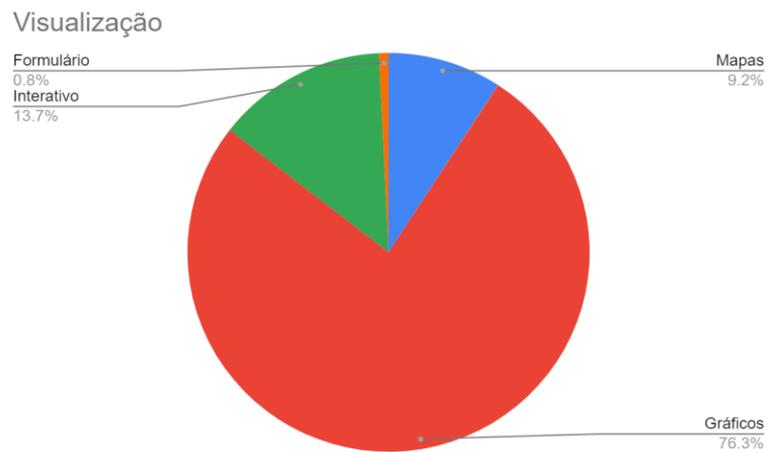


Figura 22: Formatos de visualização na *Gênero e Número*.

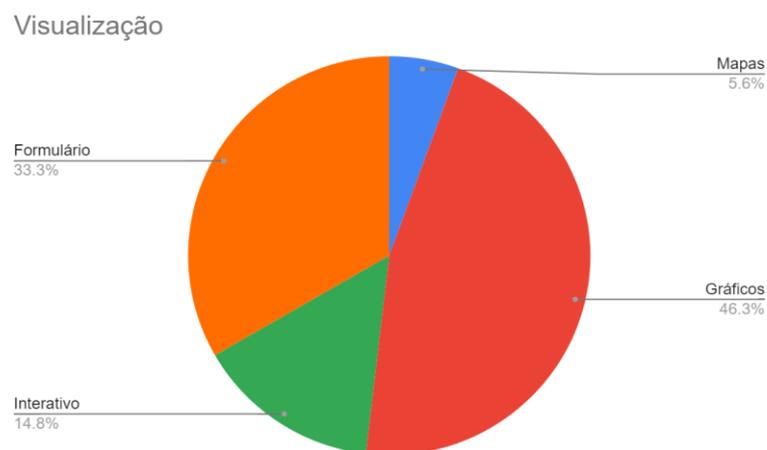


Figura 23: Formatos de visualização no *TBIJ*.

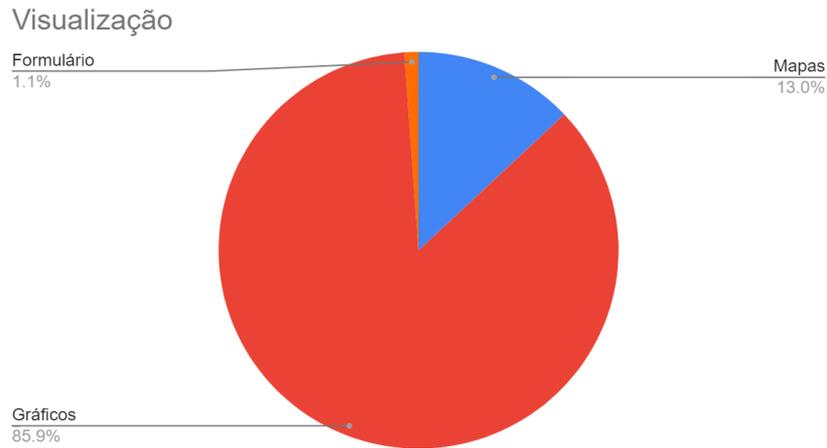


Figura 24: Formatos de visualização na Agência Pública.

Essa visualização aparece na produção de 13% da Pública, 9,2% da GN e 5,6% do TBIJ. Com pequenas diferenças, o gráfico configura-se no desenho mais utilizado pela Pública (85,9%) e pela GN (76,4%). Prevalece também no TBIJ (46,13%), porém, nesta agência, os formulários respondem por 33,3% das visualizações contra uma presença ínfima na GN (0,8%) e Pública (1,1%).

A alta incidência de formulários nas reportagens do TBIJ concentra-se nas matérias da série *Drone Warfare*, onde há a reprodução de emails com informação sobre mortos no Afeganistão, Somália, Iémen e Paquistão durante operações americanas contra alvos talibãs. Parte da série sobre morte entre a população de rua britânica, *Dying Homeless Counting the deaths of homeless people across the UK* – Morrendo na rua: contando os mortes de sem-teto ao redor do Reino Unido (matéria_4) – apresenta 800 fichas com informações de pessoas identificadas e não identificadas que morreram nas ruas. Os nomes e detalhes estão disponíveis em planilhas no índice da reportagem (*reporting recipe*). Da mesma forma, as vítimas da Guerra do drones estão listadas em documentos acessíveis a partir da página principal da série.

O TBIJ adota a interatividade em sete reportagens (matéria_6,_7,_8,_10_11,_12,_29), o que corresponde a um percentual de 14,8% do total pesquisado naquele veículo. Em *Sold Under you* – Vendido debaixo do seu nariz (matéria_6) e *Locked out: how Britain keeps people homeless* – Trancado do lado de fora: como o Reino Unido mantém sem-tetos (matéria_7), o leitor pode colocar um CEP (código de endereçamento postal) e descobrir, respectivamente, quantos prédios públicos foram vendidos irregularmente naquela região e como existem

poucos imóveis disponíveis para alugar com o benefício de habitação – ajuda financeira fornecida pelo governo britânico cujo valor sofreu congelamento. A construção de dados para as duas reportagens possibilitou uma visualização inédita e original.

Em 18% das 55 reportagens constam gráficos interativos (matérias_30,_31, 37,_38,_40,_42,_43,_44,_46,_47). Em *Como os estados prendem as mulheres* (matéria_30), por exemplo, há dois gráficos comparativos onde é permitido, ao leitor, isolar a informação por regiões ou por estados. Na Pública, não há sequer uma reportagem interativa. Por questões organizacionais, a Pública não recorre a interatividade para facilitar a reprodução de seu conteúdo pelos republicadores nos sites parceiros. Repórter responsável pela premiada por *Sold Under You*, Gareth Davies, da editoria *Bureau Local* do TBIJ, acredita que há mais impacto em “interrogar” os dados a partir da interação do que navegar numa “planilha densa e muito difícil de entender”. Mas, nas entrevistas, o recurso é questionado pelos próprios profissionais que percebem o risco de fetichização. Para Marília Ferrari, tudo pode ser visualizado, mas deve agregar valor à reportagem:

A princípio, o mais interessante da visualização de dados é o conteúdo que ela traz, não ela por si, pela forma. Não é para ser incrível, tecnológico, superinterativo. A ideia é trazer uma narrativa. Mostrar o que a gente quer trazer com esta informação. Mesmo a questão da interação é bem controversa. Coloca uma interação que vai mais atrapalhar do que guiar para um lugar que você quer mostrar (FERRARI, 2021).

Simon Rogers (2013, p. 297) constata que as visualizações no jornalismo de dados muitas vezes não despertam o interesse esperado e, se simplificam ideias complexas, não necessariamente expandem a compreensão. Mas um gráfico bem elaborado com excelência “despontará” numa reportagem, disse o autor. Jonathan Watts, editor de meio ambiente do jornal *The Guardian*, que faz parceria com o TBIJ, prioriza o visual pois, para ele, a visualização está na linha de frente do jornalismo e sempre torna mais forte o relato jornalístico. Se não é mais adotado de foma mais abrangente pelo jornal britânico, revela, é porque demanda tempo e uma equipe maior de designers²⁷⁰. Não é nosso objetivo tecer análise semiótica das visualizações elaboradas pelas agências, mas podemos destacar, pela relevância,

²⁷⁰ Informação concedida à autora em entrevista via google meet no dia 12 jul. 2021.

alguns exemplos de como a visualização dá dimensão e força aos assuntos por elas abordados.

Vale destacar a versatilidade no *design* desenvolvido pela GN, que, claramente, busca originalidade e aposta em um visual em que o volume é enfatizado em seus gráficos – presentes em 76,4% das reportagens da seção *Dados abertos*. Um exemplo é a matéria_24, *Audiências de custódia reforçam o racismo*, publicada em 06/08/2020, na qual a grandeza das formas reproduz a desproporção entre as prisões em flagrante que atingem negros e brancos no estado do Rio de Janeiro (gráfico na Figura 25, abaixo).

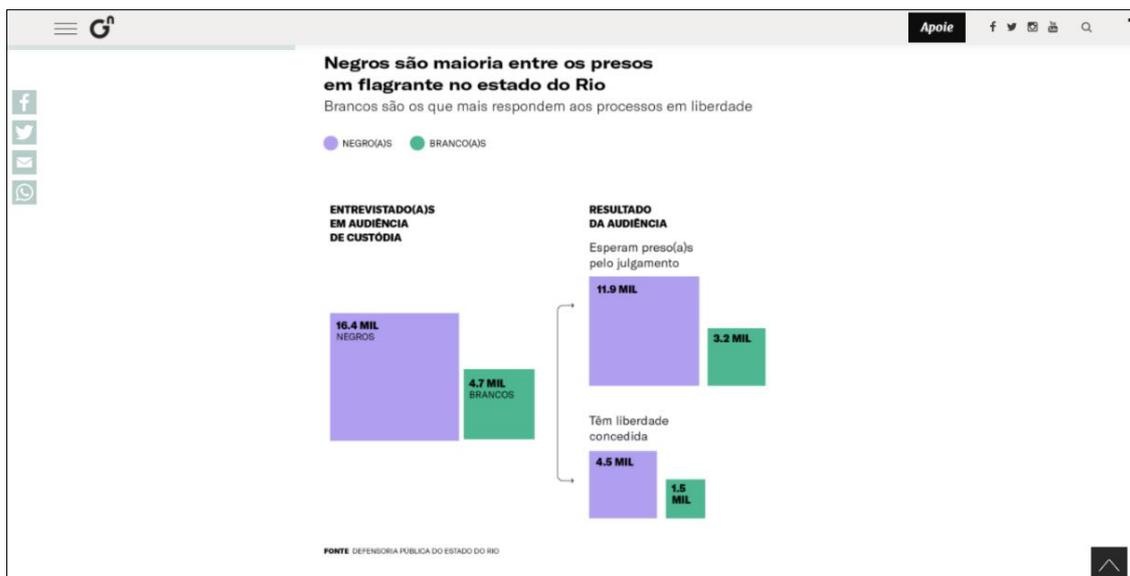


Figura 25: Versatilidade em gráfico da Gênero e Número.

Outro exemplo de uso de volume para dar evidência à revelação obtida a partir dos dados está na reportagem *Segunda categoria mais beneficiada pelo Auxílio Emergencial, trabalho doméstico perde 1,5 milhão de postos de trabalho* (matéria_51), publicada em 11/02/2021. Um dos gráficos dá materialidade ao universo de mulheres negras neste segmento (Figura 26):

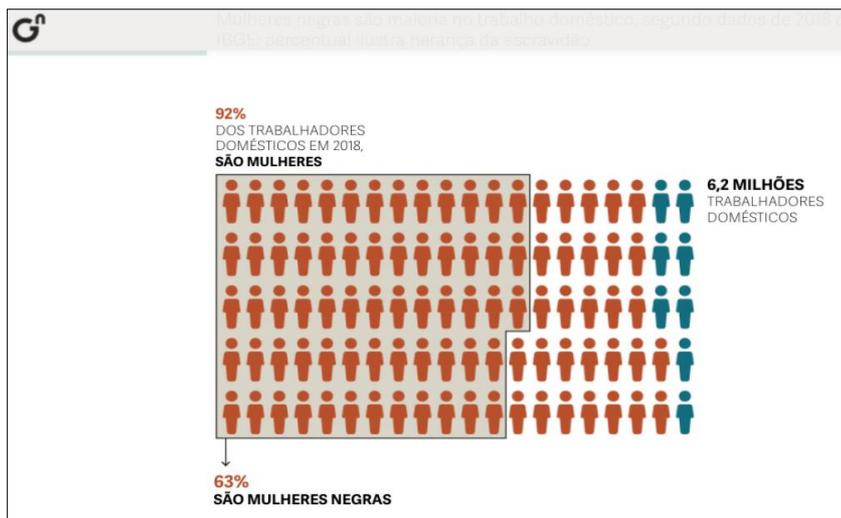


Figura 26: Volume em design gráfico da Gênero e Número.

A disparidade encontrada no cenário educacional ganha evidência a partir dos gráficos com barras publicados na reportagem da GN *Mulheres são minoria na rede de ensino com remuneração mais alta* (matéria_35), publicada no dia 18 de abril de 2018 (Figura 27):

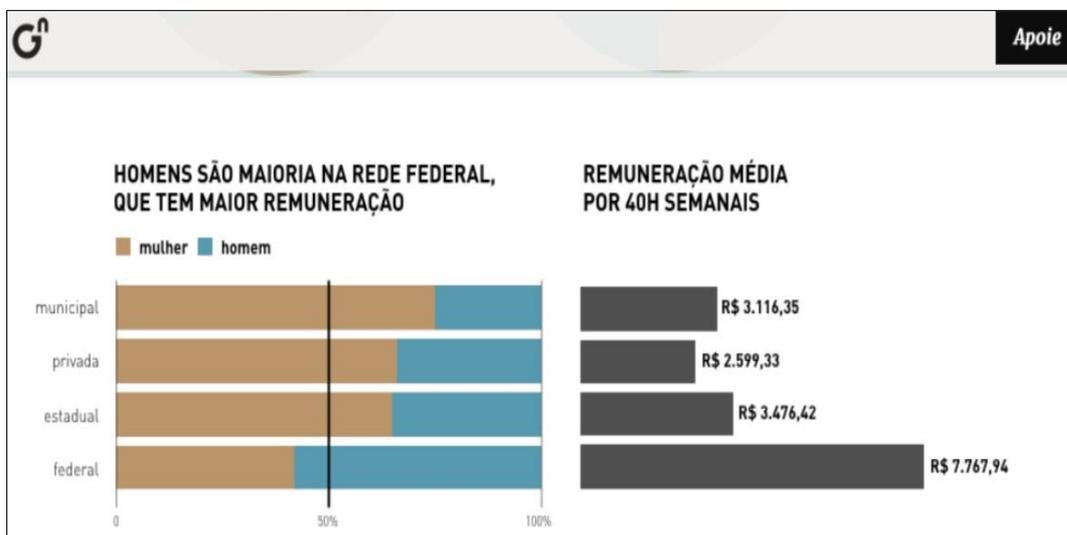


Figura 27: Evidência em gráficos da Gênero e Número.

A exemplo da GN, que tem estilo característico nas visualizações, a Pública imprime sua marca com resultados similares, mas um traço um pouco mais carregado e cores que remetem à paleta usada no site (ênfase no amarelo). De modo geral, são gráficos mais simples – que aparecem em 85,9% de sua produção. O volume também é usado para transmitir evidência, como no gráfico da Figura 28 (abaixo), que expõe a discrepância no que tange à raça na campanha de vacinação

– tema da reportagem *Brasil registra duas vezes mais pessoas brancas vacinadas do que negras* (matéria_44), de 15/03/2021.

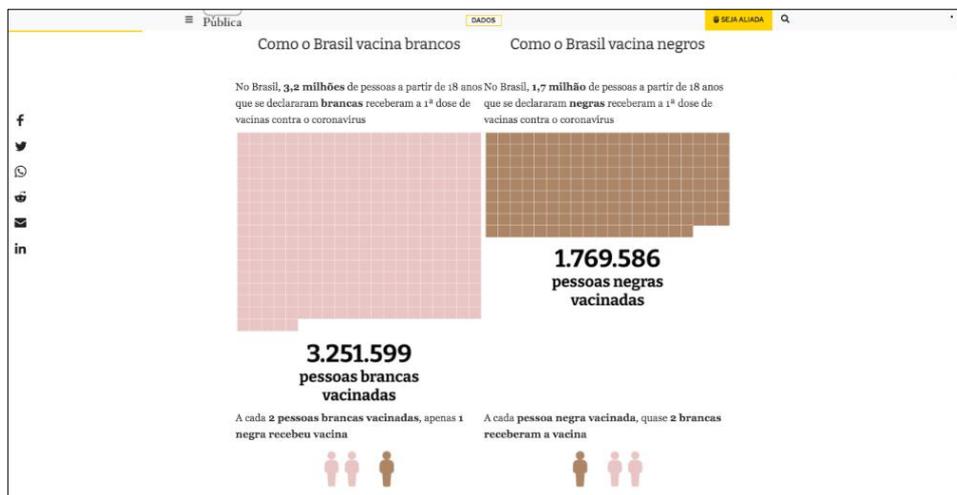


Figura 28: Exemplo de volume em gráfico da Agência Pública.

Com uso de sete gráficos em formatos, que reúnem mapas, gráficos de barras e de função – em dois eixos com dados cruzados sobre percentuais de mortes relacionados a datas –, a reportagem *Em duas semanas, número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil* foi compartilhada nas redes sociais. A visualização transparece a dimensão da desigualdade (Figura 29).

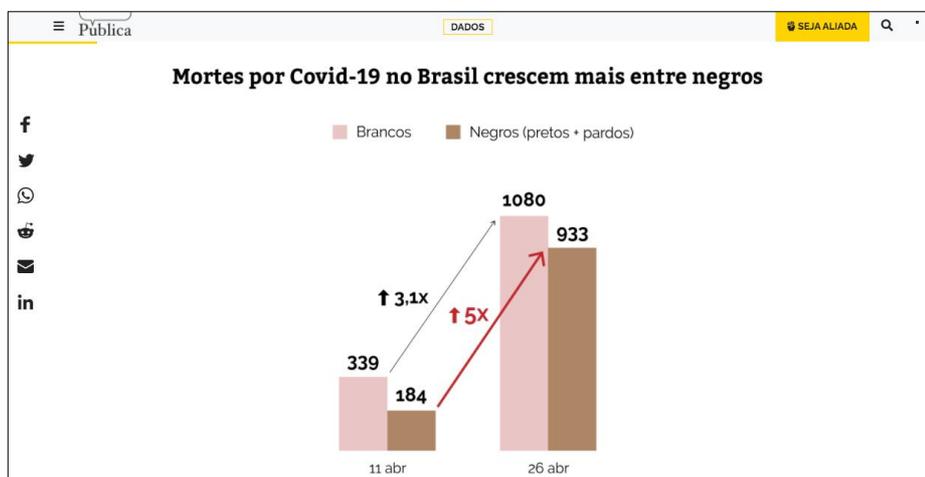


Figura 29: Discrepância em gráfico da Agência Pública.

O TBIJ recorre aos gráficos em menor frequência, em 46,13% de suas reportagens. Um exemplo é a matéria *The reaper presidency: Obama's 300th Drone Strike in Pakistan – A presidência que mata: os 300 ataques de drones de Obama no Paquistão* (matéria_26), publicada em 03/12/2012. Os números ganham materialidade na visualização apresentada na Figura 30:

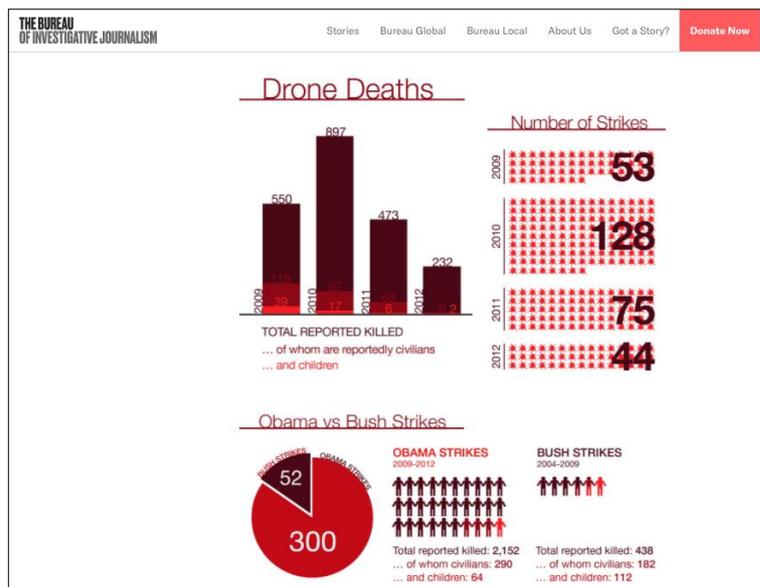
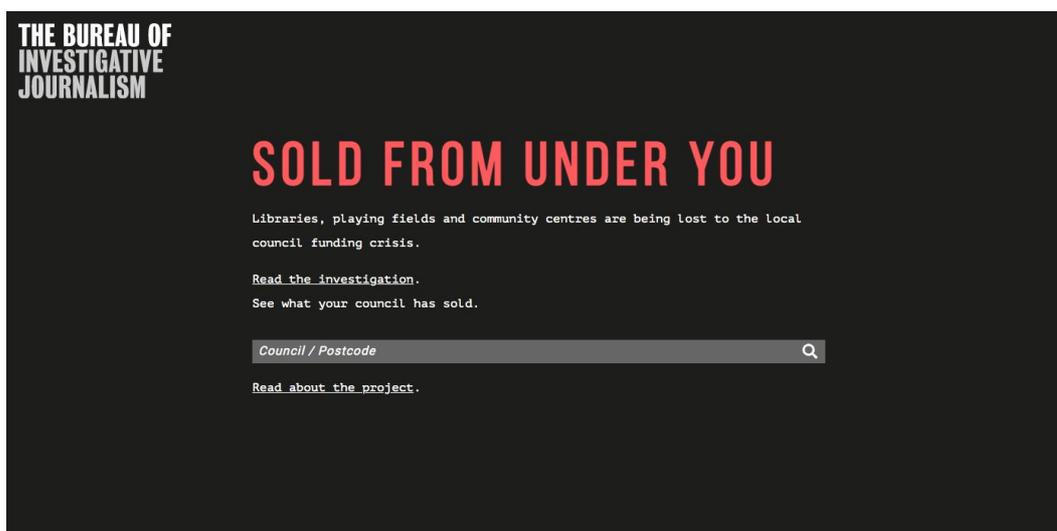


Figura 30: Materialidade em gráficos do TBIJ.

Destacam-se no *The Bureau*, como já mencionamos, as visualizações interativas e os formulários. A seguir, a Figura 31 (que integra duas imagens) apresenta a reprodução da tela interativa antes e depois do uso pelo leitor na reportagem *Revealed: the thousands of public spaces lost to the council funding crisis* – Revelado: milhares de prédios públicos perdidos em meio à crise financeira dos conselhos dos condados, da série *Sold Under You* (matéria_6), publicada em 04/03/2019. Ao colocar um CEP, é possível saber se imóveis públicos foram vendidos.



Between 2014 and 2017, **East Hertfordshire Council** sold

19 spaces for **£221,466**

This council only provided partial information. Details of sale price, and/or who the asset was sold or transferred to, and/or postcode information were incomplete.

Results for 'East Hertfordshire' in **all years** See a neighbouring council **East Hertfordshire**

FILTER SORT **Sale Price** **Descending**

NAME	SALE PRICE
Plot 6 Watermill Estate, Aspenden Road, Buntingford	£132,175

DATE OF DISPOSAL: 12/12/2014
DISPOSAL TYPE: Sale of Freehold

Figura 31: Demonstração de tela interativa do TBIJ

A seguir, outra visualização interativa de reportagem vem representada na Figura 32 (que integra duas imagens) e diz respeito à reportagem *Locked out: How Britain Keeps people homeless* (matéria_7) do *The Bureau of Investigative Journalism*. A primeira imagem da ilustração é como a tela do TBIJ exibe o conteúdo antes, e a segunda depois, da interação que mostra quantos imóveis, dentro do sistema de benefício habitacional, encontram-se disponíveis na região pesquisada, a partir de um CEP – código de endereçamento postal – previamente escolhido.

THE BUREAU OF INVESTIGATIVE JOURNALISM

COULD YOU AFFORD TO RENT ON BENEFITS?

Check your postcode:

Postcode

On September 15 2019 in Inner East London, the Bureau found...

37 / 2,093 two-bed homes were affordable to rent on housing benefit. The government has since announced that housing allowance will rise by inflation in April 2020. Despite this, only **12** more of those homes would be affordable.

Does that meet the government's target? >

[Search again](#)
Read stories from the #LockedOut series

TBIJ

Figura 32: Página do TBIJ antes e depois de interação

O formulário é a base da visualização da reportagem *Dying Homeless: counting the deaths of Homeless people across UK* (matéria_4), publicada em 23/04/2018. As 800 fichas com detalhes de cada uma das centenas de pessoas mortas nas ruas do Reino Unido materializam uma questão social e, pela extensão que ocupam na página (Figura 33, a seguir), provocam desconforto. Muitas trazem fotos das vítimas.

Figura 33: Design do TBIJ expõe dimensão de mortes de sem-teto.

Com outra finalidade, os relatórios enviados com informações sobre mortes de civis no Paquistão são reproduzidos no corpo da reportagem *Get the data:*

twenty-five deadly strikes – Acesse os dados: 25 mortos em ataques mortais (matéria_23), publicada no dia 18/07/2011 (formulários). Convém assinalar que os links que direcionam o leitor para os dados compilados na reportagem (Figura 34, abaixo) estão quebrados, ou seja, não levam a nenhuma outra página ou documento. Esse fator faz com que, na mensuração do indicador *evidência*, a reportagem seja cotada como *moderada*.

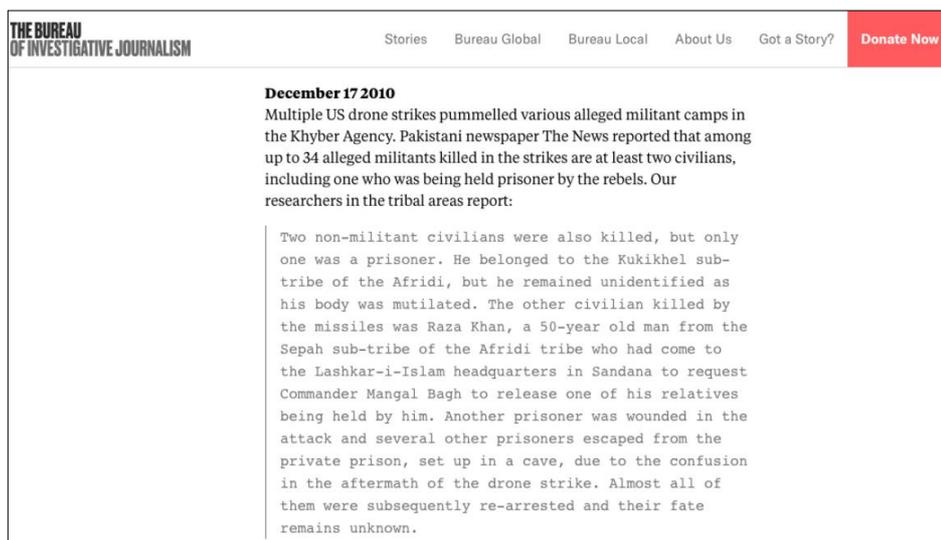


Figura 34: Links quebrados impactam indicador evidência.

No TBIJ, a reportagem *Six things to know about the global superbug crisis - in charts* – Seis fatos relevantes sobre a crise global das superbactérias (matéria_13), publicada no dia 30/01/2018, une seis gráficos a seis links para documentos referentes aos dados visualizados. Todos esses links funcionam, o que estabelece um grau de evidência forte – comprometida pela ausência de fontes complementares. Este é um exemplo, entre 85% da produção do *Bureau*, que oferece alguma visualização associada a dados abertos. Na Pública, o mesmo fenômeno acontece em 82% das reportagens. Aquelas que trazem o box metodologia ainda apresentam, além de documentos, acesso aos dados brutos da apuração em planilhas. Vale lembrar que a GN oferece esse acesso em todas as reportagens da seção *Dados abertos*.

Em termos de volume, GN e Pública priorizam a visualização como elemento que agrega evidência à reportagem. O TBIJ mostra um apego ao formato mais clássico do jornalismo com predominância da categoria *formulário*. Em 40% das reportagens analisadas, a agência britânica não aplica nenhum tipo de visualização. E somente em 6% das reportagens do TBIJ

apresenta bastante elementos. Em contraponto, boa parte do material apurado está organizado em planilhas, em camadas subterrâneas.

Na GN e na Pública, o comportamento é bastante distinto. Somente 13% das reportagens da GN não possuem visualização. Na Pública, apenas 9% não têm nenhum dado visualizado. De modo geral, é a Pública a que mais usa informação visual (23% têm alguns elementos e 28% têm bastante elementos). Já a GN tem uma frequência de poucos elementos em 57%, seguida do TBIJ com 51% e, por fim, a Pública com 40%. Tanto GN quanto Pública apresentam o cálculo para alguns elementos em percentual parecido – 25% na primeira e 23% na segunda. Se consideramos a simples presença de algum tipo de elemento, GN e Pública oferecem evidência visual em, respectivamente, 85% e 91%. No TBIJ, como já foi assinalado, esse percentual cai para 60%.

Ao focalizar a questão da materialidade no jornalismo de dados, Hermida e Young (2019) concluem que a proliferação de mapas nos levantamentos citados anteriormente sugere que este formato foi adotado por questões organizacionais, ou seja, acessos facilitados a plataformas que oferecem ferramentas de produção. Mas, ao mesmo tempo, a política volúvel de empresas como *Google* não favorece a criação, especialmente em veículos menores que não contam com um departamento destinado a pensar em soluções gráficas, como no britânico *The Guardian*, no americano *The New York Times* e no canadense *The Global and Mail*. O *Google Fusion Tables* – ferramenta gratuita que permite elaborar visualizações, por exemplo, foi descontinuado em 2019 (ibidem, pp. 80-81).

Nosso levantamento mostra que as três agências pesquisadas se atêm a peculiaridades que atendem a demandas específicas de cada organização. Os elementos visuais estão presentes de forma significativa nas três, mas chama a atenção o alto índice de reportagens sem visualização no TBIJ. Na entrevista, Charles Boutaud nos dá uma pista. Responsável pelos projetos que envolvem dados naquela agência, o canadense percebe a potencialidade do jornalismo de dados enquanto “ferramenta de investigação” que extrapola o valor das visualizações.

Entre os profissionais entrevistados, ficaram evidentes as divergências na forma como pensam o jornalismo de dados; até dentro da mesma equipe, há diferentes perspectivas. O impacto do volume de visualizações – em conjunto com os demais subindicadores utilizados para medir o indicador macro

evidência – nos forneceu inferências sobre o quanto a ausência, maior ou menor frequência pode comprometer a transparência. Quanto a isso, Stephen Few²⁷¹ nos ajuda a refletir sobre o fenômeno do “entorpecimento quantitativo”, quando maiores quantidades – de informação, de notícias, de elementos – produziram menor preocupação – ou atenção. Menos é mais? Nem toda reportagem de dados compele à visualização, mas há casos em que a materialidade aumenta a percepção e compreensão em virtude de uma apresentação visual eficaz.

4.8.6. Transparência e dados abertos

Uma reportagem do TBIJ anuncia, em seu título, *Get the data: 25 five deadly strikes* – Acesse os dados: 25 ataques mortais (matéria_23), publicada no dia 18/07/2011. Mas não há links genuínos que permitam acessar o material bruto da apuração com informações sobre a morte de civis no Paquistão – denúncia que é assunto da série *War Drone*.

Enquanto a Gênero e Número, em sua seção *Dados abertos*, de forma completa oferece acesso a documentos e/ou planilhas e *googledocs* – *dados*, essa promessa não se materializa em cinco matérias do TBIJ²⁷² (14%) e em oito da Pública²⁷³ (18%), como expõe o gráfico da Figura 35:

²⁷¹ Autor do livro *Show me the numbers* (Mostre-me os números), um guia que ensina a criar visualizações, Stephen Few é fundador da empresa *Perceptual Edge*, que presta consultoria nesta área. Few faz referência a Paul Slovic e Daniel Västfjäll, autores do livro *Numbers and Nerves*, que mencionam a dessensibilização ou desatenção pelo excesso de informação no capítulo *The more who die, the less we care* (Quanto mais morrem, menos importa). Disponível em <https://www.stephen-few.com/blog/2016/11/23/when-more-is-less-quantitative-numbing/>. Acesso em 29 ago. 2021.

²⁷² As reportagens que não dão acesso a nenhum tipo de dado, nem mesmo documentos, são as seguintes: matéria_9, _19, _21, _23 e _35.

²⁷³ Na Pública, as seguintes reportagens não oferecem sequer link para documentos: matéria_8, matéria_19, matéria_26, matéria_27, matéria_28, matéria_32, matéria_41 e matéria_43.

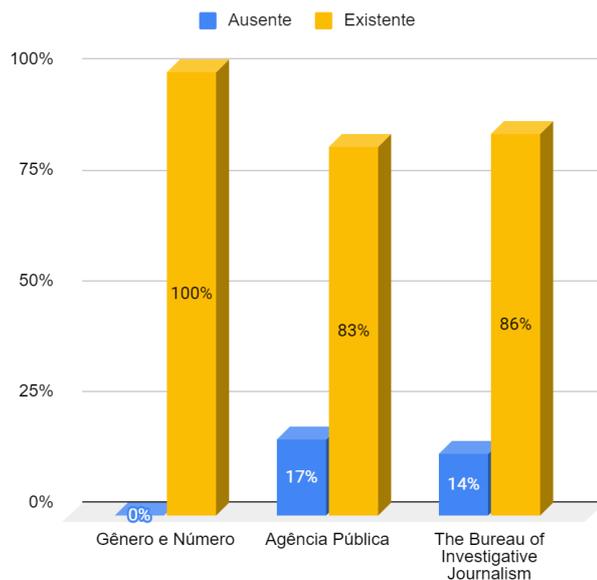


Figura 35: Percentual de dados abertos à visualização, por agência.

Os dados construídos por repórteres para a matéria sobre as 25 mortes de civis seguiram o protocolo da série *Drone Warfare*²⁷⁴ – que acompanhou durante dez anos as operações militares americanas na Somália, Iémen, Paquistão e Afeganistão: levantamento junto a contatos locais, advogados de entidades humanitárias e ONGs, como *Relieve*, e concomitante cruzamento com dados publicados pela imprensa. A informação aparece no corpo da matéria²⁷⁵, conforme reprodução que a Figura 36 expõe a seguir.

A reportagem traz apenas links externos para 37 organizações jornalísticas²⁷⁶. O *The Bureau* organizou todos os dados sobre baixas causadas por

²⁷⁴ No total, a série, finalizada no dia 04/09/2020, contém 341 reportagens, das quais 35 são matérias sobre podcasts que abordam a cobertura e oito são sobre premiações recebidas pela equipe. A primeira foi publicada em 2011, *Somalia targeted in US drone war* (matéria_21) e a última em 04/09/2021, *Eleven air strikes. 117 people dead. More than 70 children killed* (matéria_1). Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/projects/drone-war>. Acesso em 23 out. 2017.

²⁷⁵ Tradução da autora: Dois civis não militantes também foram mortos, mas apenas um era prisioneiro. Ele pertencia à subtribo Kukikhel dos Afridi, mas não foi identificado porque seu corpo foi mutilado. O outro civil morto pelos mísseis foi Raza Khan, um homem de 50 anos da subtribo Sepah da tribo Afridi, que tinha vindo ao quartel-general do Lashkar-i-Islam em Sandana solicitar, ao Comandante Mangal Bagh, a liberação de um de seus parentes, que havia sido detido pelo militar.

²⁷⁶ Os links externos dão acesso aos seguintes veículos: GeoTV, Express Tribune, Long War Journal, CNN, BBC SATP (South Asian Terrorism Portal em associação com o Institute for Conflict Management), Xinhua, Dawn, Aljazeera, The News, Arabnews, Reuters, Punjab Newslite, The Nation, Pakistan Observer, United News Service, Wall Street Journal, What's on Dalian, Foreign Police, AFP, New York Times, Washington Post, Muslim News, Pakistan Tribune, AP, Rediff, The Daily Times, Zone Asia (site não encontrado), All Voices (site não encontrado), Der Spiegel, ePakistannews.com (não encontrado), Associated Press of Pakistan, Pak-news.com (não encontrado).

drones nesses ataques, em uma única página (Figura 36)²⁷⁷. Mas mantém as matérias com levantamentos parciais feitos ao longo de dez anos no site (Figura 37 adiante) – pelo menos 17 reportagens.

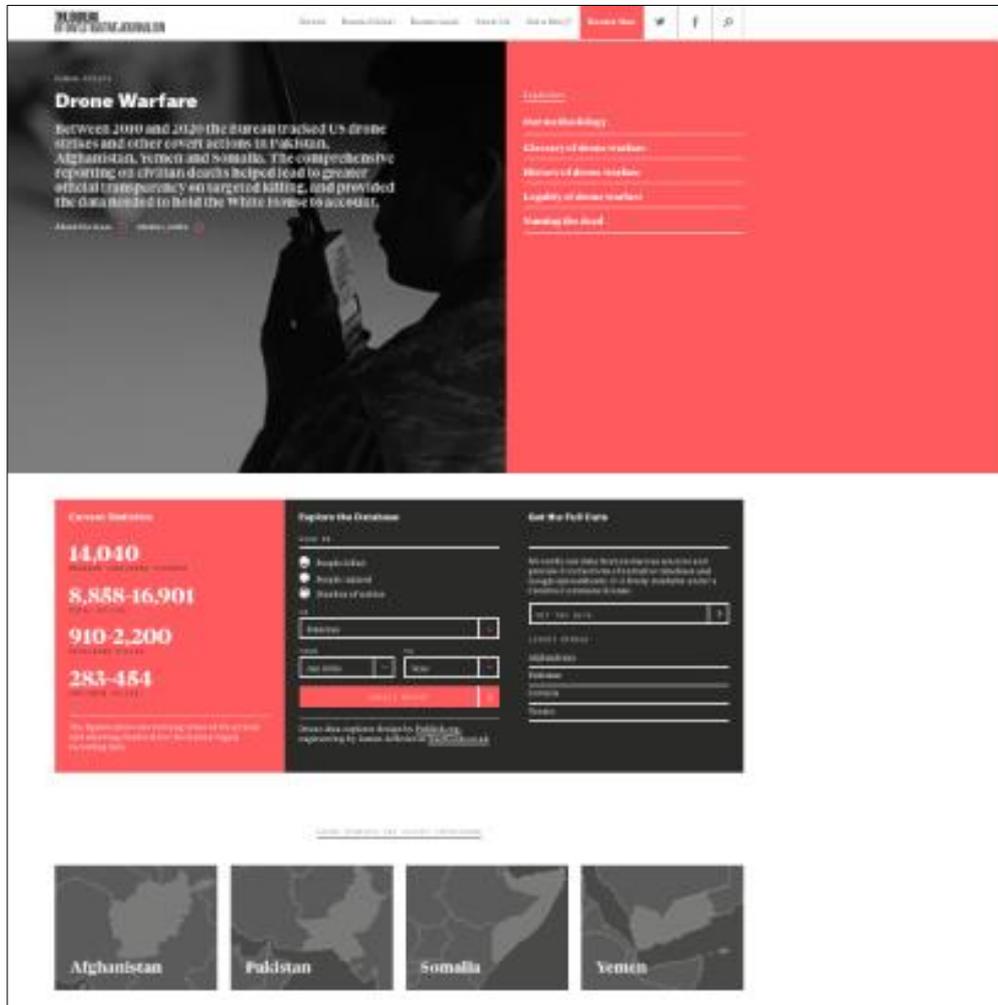


Figura 36: Acesso a dados na página Guerra dos Drones do TBIJ.

encontrado), Defence Views Point (fórum sobre segurança), ABC News, Thaindian (não encontrado), Pakistan Observer, Voice of America, Boston.com.

²⁷⁷ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2017-01-01/drone-wars-the-full-data>. Acesso em 23 abr. 2021. A reportagem tem data de 01/01/2017 e traz dados de 2011 a 2020. Outras retrancas mais antigas incluem links para informações mais recentes, o que evidencia ausência de rigor na sistematização do conteúdo.

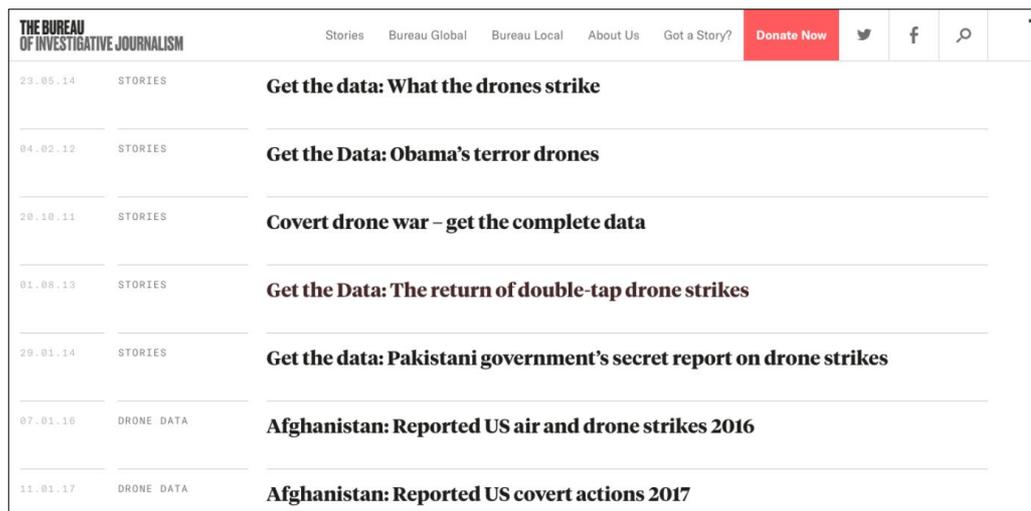


Figura 37: Levantamentos parciais da Guerra dos Drones no TBIJ.

Uma dessas matérias, *Covert drone war – get the complete data* (A guerra secreta dos drones: acesse os dados completos) é uma página sem data e completamente vazia (Figura 38, abaixo)²⁷⁸.

O resultado é a falta de uniformidade, que denota pouco rigor na organização da informação e no acesso ao arquivo criado pela agência britânica. Vale destacar que também não há um padrão na formatação dos textos – cenário que evolui substancialmente nas produções mais recentes.

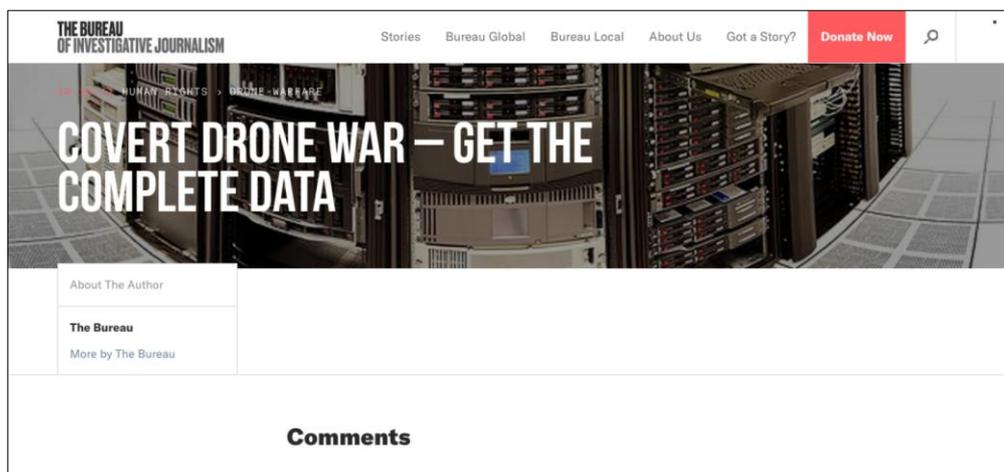


Figura 38: Link dá acesso a página vazia do TBIJ.

Na Pública, destacamos como exemplo a reportagem *Bolsonaro reduz muitas em municípios onde desmatamento cresce* (matéria_19), publicada no dia 24/08/2020. Nela, a agência contraria um procedimento frequente, ao não oferecer

²⁷⁸ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2011-10-20/covert-drone-war-get-the-complete-data>. Acesso em 23 abr. 2021.

link para nenhum documento. Outra matéria revela também um padrão incomum em edições da Pública: *Na periferia de São Paulo, morte chega 20 anos mais cedo que em bairros ricos* (matéria_26), de 05/11/2019, não recorre ao recurso do hiperlink nenhuma vez – o texto não tem linkagens. Já na matéria_28, *Governo registrou 167 denúncias de violação sexual por líderes religiosos em três anos*, publicada em 24/06/2019, os dados não foram abertos porque a informação foi obtida através de LAI (Lei de Acesso à Informação).

As quatro imagens apresentadas a seguir formam o conjunto que denominamos Figura 39 a-b-c-d para mostrar como a prática de abrir os dados cria camadas de informação, como as da reportagem da Agência Pública *Farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos no Kit Covid na pandemia* (mat_52), que gerou uma série de desdobramentos acessados a partir de hiperlinks no texto da reportagem.



Figura 39a – Abrir dados cria camadas de informação, como no exemplo que partiu da Agência Pública.



Figura 39b

1	REGIÃO	UF	AZITROMICINA	IVERMECTINA	NITAZOXANIDA	SULFATO DE HIDROXICLOROQUINA	Comp. ímidos/UF	POP (TCU 2019)	Caixas e frascos de azitromicina por cem mil habitantes	Caixas e frascos de ivermectina por cem mil habitantes	Caixas e fra nitazoxanid mil habitan
2	BR	BR	3628818	761002	908451	1367031	6665302	210147125	1726,80	362,13	
3	CENTRO-OESTE	GO	202725	47220	43192	71098	364235	7018354	2888,50	672,81	
4	SUL	RS	307912	62101	29779	162760	562552	11377239	2706,39	545,84	
5	CENTRO-OESTE	DF	54463	27831	16946	46989	146229	3015268	1806,24	923,00	
6	CENTRO-OESTE	MS	63534	19525	15381	30425	128865	2778986	2286,23	702,59	
7	SUL	SC	166659	50679	27865	85607	330810	7164788	2326,08	707,33	
8	NORTE	RO	46579	11460	10406	8816	77261	1777225	2620,88	644,83	
9	SUL	PR	275729	47531	55740	108216	487216	11433957	2411,49	415,70	
10	SUDESTE	MG	440931	70889	101267	160762	773849	21168791	2082,93	334,88	
11	NORDESTE	PB	89686	15499	18865	20484	144534	4018127	2232,03	385,73	
12	NORTE	RR	15123	1179	3242	1934	21478	605761	2496,53	194,63	
13	SUDESTE	RJ	323193	57340	85858	115174	581565	17264943	1871,96	332,12	
14	SUDESTE	SP	850368	192794	170896	286282	1500340	45919049	1851,89	419,86	
15	SUDESTE	ES	63856	14369	19180	30747	128152	4018650	1588,99	357,56	
16	NORDESTE	RN	63983	10668	11998	17752	104401	3506853	1824,51	304,20	
17	NORTE	AP	14293	191	6922	3634	25040	845731	1690,02	22,58	
18	NORTE	TO	17438	12363	8485	5756	44042	1572866	1108,68	786,02	
19	CENTRO-OESTE	MT	50848	8526	18988	15249	93611	3484466	1459,28	244,69	
20	NORDESTE	SE	27245	7980	8379	12772	56376	2298696	1185,24	347,15	
21	NORTE	PA	89545	11856	63782	25687	190870	8602865	1040,87	137,81	
22	NORTE	AC	8701	4044	2442	3051	18238	881935	986,58	458,54	
23	NORDESTE	AL	35080	4425	17553	10844	67902	3337357	1051,13	132,59	
24	NORDESTE	CE	92674	14562	43322	34799	185357	9132078	1014,82	159,46	
25	NORDESTE	PE	87507	18407	36168	33836	175918	9557071	915,63	192,60	
26	NORDESTE	BA	135927	36485	41268	45849	259529	14873064	913,91	245,31	

Figura 39c

Metodologia:

Foram exportados os dados públicos referentes à venda de medicamentos industrializados controlados e antimicrobianos de janeiro de 2018 a março de 2021. O período considerado para as análises referentes à pandemia foi de março de 2020 a março de 2021.

Filtramos as vendas de medicamentos com os princípios ativos azitromicina, ivermectina, nitazoxanida e sulfato de hidroxicloroquina.

Limpamos as bases e calculamos a quantidade de comprimidos por embalagem (dos medicamentos vendidos nessa forma farmacêutica).

Foram consultados os dados de notificações de farmacovigilância entre 1 de abril de 2019 e 1 de abril de 2021 no painel da Anvisa. Filtramos os medicamentos com os princípios ativos azitromicina, ivermectina, nitazoxanida e hidroxicloroquina/sulfato de hidroxicloroquina.

Os dados finais usados na reportagem estão aqui.

Figura 39d

Figura 39: Dados abertos: as camadas de informação na Pública

Pela sequência de imagens da Figura 40 (a, b, c) também pretendemos demonstrar – por meio da reportagem sobre população de rua realizada pelo *TBIJ* (mat_3 e mat_4) – que dados abertos reforçam a noção de jornalismo em camadas – e remete à ideia de armazenamento em banco de dados e arquivamento de memória digital expressado por Aguiar (2009, p.170):

THE BUREAU OF INVESTIGATIVE JOURNALISM

Stories Bureau Global Bureau Local About Us Got a Story? **Donate Now**

Homelessness

A project counting the human costs of homelessness

@bureaulocal

- 11 network members** working on this investigation
- 95 local stories** published as part of this investigation [View stories](#)
- 5 open resources** used in this investigation [Get the data](#)

Figura 40a – Reportagem do TBIJ reforça a noção de jornalismo em camadas.

Reporting Recipe: Dying Homeless

Arquivo Editar Ver Ferramentas Ajuda

Solicitar acesso para editar Compartilhar

Dying Homeless

A Bureau Local project to record the deaths of homeless people and tell their stories

Headline: [Dying Homeless: Counting the deaths on UK streets](#)
Publish date: April 23, 2018

Headline: ["A national scandal": 449 people died homeless in the last year](#)
Publish date: October 08, 2018

This document is part of the Bureau Local [Homelessness open resource folder](#).

When using this data in a story or project, please credit and link to the [The Bureau of Investigative Journalism](#). Feel free to contact us at bureaulocal@tbiij.com with any questions.

This document contains the following sections

- [Overview](#)
- [Understanding the data](#)
- [What you can do now](#)
- [Additional resources](#)

Overview

We know people die on the streets and in homeless shelters with tragic regularity, but there is

Figura 40b

Drive

Pesquisar no Drive

Compartilh... > Open Resource... > Homelessness - Bureau L... > Homeless Deaths - Bureau Local - Open Resou... >

Arquivos

- Data: Dying Homelessness D...
- Data: Homelessness - Conte...
- Reporting Recipe: Dying Ho...
- Reporting Recipe: Dying Ho...

96,88 GB de 201 GB usados

Figura 40c

Figura 40: Dados abertos: as camadas de informação no TBIJ

Já no exemplo da Gênero e Número, na sequência da Figura 41 (a, b, c, d), destacamos o funcionamento da hipertextualidade no jornalismo de dados abertos. A reportagem *Segunda categoria mais beneficiada pelo Auxílio Emergencial, trabalho doméstico perde 1,5 milhão de postos de trabalho* (mat_51) dá acesso a quatro diferentes bases de dados.



Figura 41a –Reportagem da GN comprova a hipertextualidade no jornalismo de dados abertos.



Figura 41b

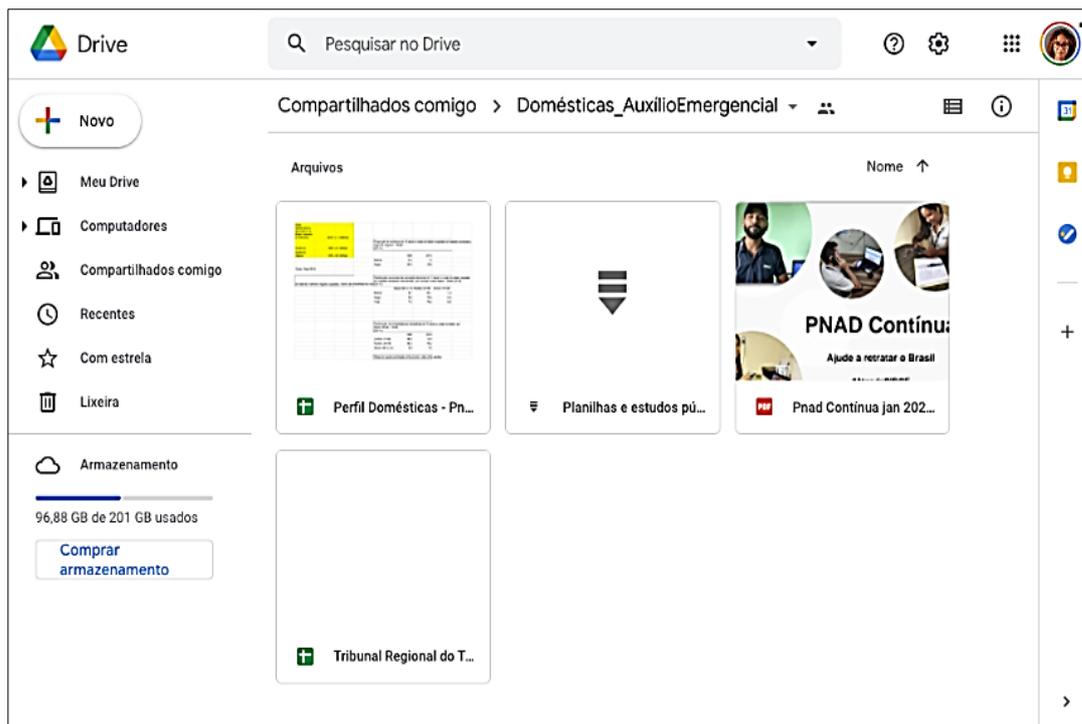


Figura 41 c

Perfil Domésticas - Pnad 2018 e Ipea 2019														
Total trabalhadores domésticos no Brasil (homens e mulheres)														
A1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Total trabalhadores domésticos no Brasil (homens e mulheres)	100%	6,2 milhões											
2	mulheres	92%	5,7 milhões		Proporção de mulheres de 16 anos ou mais de idade ocupadas no trabalho doméstico, segundo raça/or – Brasil (Em %)									
3	mulheres negras	83%	3,9 milhões											
4						1995	2018							
5					Branca	13,4	10							
6					Negra	22,5	18,6							
7	Fonte: Pnad 2018													
8	Do total de mulheres negras ocupadas, 19,6% são trabalhadoras de				Distribuição percentual da população feminina de 16 anos ou mais de idade ocupada em trabalho doméstico remunerado, por cor/raça e faixa etária – Brasil (2018) (Em %)									
9						Idosas (60 ou m. Adultas (30-59)		Jovens (16-29)						
10					Branca	8,7	80,1	11,3						
11					Negra	6,9	78,8	14,3						
12					Total	7,4	79,2	13,4						
13														
14														
15														
16														
17					Distribuição dos trabalhadores domésticas de 16 anos ou mais de idade, por faixas etárias – Brasil (Em %)									
18						1995	2018							
19					Jovens (16-29)	46,9	13,4							
20					Adultas (30-59)	50,2	79,2							
21					Idosas (60 ou m.	2,9	7,4							
22														
23					Observar queda acentuada entre jovens e alta entre adultas.									

Figura 41d

Figura 41: Dados abertos: as camadas de informação na GN

Questões organizacionais são um motivo que profissionais alegam como obstáculo à publicação mais frequente de planilhas – simplesmente falta tempo para montar planilha para leitura acessível. E Thiago Domenici, editor e repórter da Pública, reconhece:

também tem uma coisa aí do jornalista não querer dar de mão beijada para outro jornalista a base que ele ainda quer trabalhar...Acontece muito isso...às vezes o processo engole a gente e esquecemos de colocar. A gente tá até pensando se, além da metodologia da base de dados, se a gente coloca “como fizemos isso aqui”. Que fonte procuramos, qual o critério utilizamos. Só que é mais trabalho, e a gente tá pensando se não é algo precioso demais (DOMENICI, 2021).

Por outro lado, existe a percepção das implicações ao se fornecer evidências ao leitor. Megan Lucero, diretora da editoria *Bureau Local* do TBIJ, enxerga a possibilidade de o jornalismo ser um agente dinâmico que “vive no mundo real”. A ideia é que “os dados alcancem mais pessoas e gerem ação”. Neste sentido, a repórter Vitória Régia da Silva, da GN, resume a filosofia da organização que pratica o que promete em 100% de sua produção na seção *Dados Abertos*:

O que o jornalismo faz é um trabalho importante de monitoração do governo, mas isso qualquer cidadão pode fazer. A gente só trabalha focado nisso de outro forma. Por isso, a disponibilização dos dados é muito importante. Até porque a Gênero e Número não trabalha com a noção de que porque a gente encontrou aquele dado, aquele dado é só nosso. Aquele dado deve ser público. Outras pessoas podem usar, devem usar. A Gênero e Número tem um trabalho importante de conseguir mobilizar outras mídias (SILVA, 2021).

A rotina de abrir os dados pode esbarrar em impedimentos jurídicos ou levantar questões éticas, como expõe o editor e repórter multimídia Bruno Fonseca, da Agência Pública:

(...) o Jornalista não é um *we transfer*, um depósito, uma pessoa que pega um documento de um lugar e leva para outro. Acho que a gente tem que tomar cuidado, porque, de fato, tem dados que são sensíveis, que podem colocar pessoas em risco. Às vezes, são informações de processos judiciais que a Justiça não permite por questão de sigilo. Se a gente acha importante trazer esse dado, que não vai colocar pessoas em risco, a gente traz. Mas acho que tem que ter um critério editorial acima do critério da transparência (...) Inclusive temos que pensar em formas sofisticadas de anonimizar²⁷⁹ bases de dados ou documentos que a gente tratar (FONSECA, 2021).

Todo esse esforço colide na disposição do leitor em acessar a *cozinha* das reportagens – um tema para relevante pesquisa de recepção. Mas, à pergunta sobre o

²⁷⁹ Anonimizar é a técnica de modificar informações a fim de evitar a identificação das pessoas.

tráfego nas páginas onde estão publicadas as planilhas e documentos, todos os jornalistas responderam não possuir esta informação. Mesmo a insistência na indagação não resultou em êxito: os dados sobre visualizações não foram fornecidos por nenhum entrevistado. Ao ser questionada se acompanha o volume de visitas, a editora-chefe do TBIJ, Rachel Oldroyd afirmou:

Não muito. Não importa. Se uma pessoa acessa os dados, é porque é a pessoa certa. Eles foram lá por um motivo. O norte é dedicar nosso esforço (à transparência) se uma pessoa acessa. Na verdade, é sobre como construir a confiança (OLDROYD, 2019).

Chegamos a algumas conclusões ao observar a rotina que propicia evidências ao leitor. A GN se propõe a abrir os dados e, de fato, na seção *Dados abertos* oferece acesso a planilhas, bem como a documentos, em toda a produção incluída na editoria. Os dados mais compartilhados pela Pública ainda são documentos, mas, desde a criação do box com a metodologia (ver *metodologia da apuração*), há mais linkagem para os dados brutos da apuração. Ambas as agências abrem os dados, eventualmente, em outras editorias que não foram foco da pesquisa em tela.

Das reportagens premiadas ou indicadas a prêmios do *The Bureau*, poucas não oferecem acesso a planilhas. A editoria *Bureau Local* tem a premissa de sempre oferecer acesso aos dados através das *reporting recipes* (índice da reportagem). O recurso – que foi um norte na série *Drones warfare* – não é naturalizado em todas as editorias. Dois exemplos são matérias publicadas na seção *Food and Drugs ou Abastecimento e Medicamentos*: a) matéria_9, *Brazilian meat giant trucke cattle from deforested amazon ranch* da subseção *Eating the earth* (Devorando a terra) e b) matéria_35, *Stretched, secret supply chains hole Covid-19 patients' lives in the balance* (Cadeia de abastecimento secreto sobrecarregadas colocam vida de pacientes de Covid-19 em risco). As duas reportagens não trazem nenhum link, mas apresentam visualização de dados com clareza (mapa na Figura 42, a seguir). Esses diferenciais apontam falta de uniformidade ou uma questão de opção individual por parte de quem conduz a produção.



Figura 42: Mapa do TBIJ para visualizar dados.

Embora seja pequena a incidência de reportagens sem acesso a dados, a frequência foi suficiente para revelar, através da análise de conteúdo que a cotação do indicador *evidência* é afetada. Das cinco reportagens do TBIJ, quatro têm evidência moderada, enquanto oito da Pública receberam a mesma avaliação. O agravante de fontes não identificadas fez com que a reportagem *Somalia targeted in US “drone war”* (matéria_21 do TBIJ) fosse cotada como fraca em evidência. Já a publicação *Governo Bolsonaro reduz multas em municípios onde desmatamento cresce* (matéria_19) tem evidência mensurada como muito forte, porque não possui nenhuma fonte não identificada e teve pontuação máxima nos demais subindicadores escolhidos para estimar a evidência (fontes dados, outras fontes, efetividade e visualização).

4.8.7. Efetividade na cultura do hiperlink

Para que os dados abertos tenham eficácia não basta organizar e disponibilizar planilhas Excel ou reproduzir documentos digitalizados. Para a materialização da proposta de transparência a partir do acesso a planilhas e documentos, é primordial que os links que desviam o leitor para camadas mais profundas da reportagem funcionem. O problema de links quebrados tangencia a questão da preservação de conteúdo nos *websites* em longo prazo, o que se tornou um desafio imposto pelos novos modos de fazer jornalismo no ambiente digital, especialmente no jornalismo de dados (HERAVI et al., 2021).

Por isso, o subindicador *efetividade* é um dos mais relevantes da pesquisa em tela pois mede exatamente quão efetiva é a possibilidade de simplesmente navegar em um meio ambiente assentado na cultura do hiperlink, ou seja, o caminho para se chegar aos arquivos montados pelas equipes e/ou documentos apresentados pelos sites – aquilo que chamamos de *fontes dados* para efeito desta proposta experimental de análise de conteúdo. Estabelecer *linkagens* faz parte da rotina das agências e, conseqüentemente, a perda de links afeta o resultado final do trabalho, como expõe Vitória Régia da Silva, repórter da GN:

Quando a gente fala de leis e portarias, a gente sempre *linka* para que a pessoa possa ver diretamente. Isso é uma diretriz que a gente tem. O que pode acontecer... a gente pode deixar passar um *link*, mas, quando é publicada a matéria, todo mundo lê. Aí, depois todo mundo lembra que tá faltando um *link* de tal coisa. Vamos colocar... às vezes, o link não foi, e a gente pede para ser ajustado porque, pra gente, é importante disponibilizar todas essas coisas (SILVA, 2021).

Portanto, para escrutinar o funcionamento das linkagens, foram testados todos os links genuínos – aqueles que direcionam o leitor para os bastidores da notícia, ou seja, para as *fontes dados*. Como já foi explicado, não foram considerados links externos, pois direcionam para matérias que não fazem parte da rotina de apuração dos profissionais – não são fontes primárias. Embora seja um recurso utilizado, foi criticado, de forma paradoxal pelos próprios profissionais. Rachel Oldroyd, do TBIJ, assinala a importância de buscar e checar a informações nas fontes primárias: “falamos sobre checagem de fatos, e checagem de fatos, para nós, não é: "oh, essa reportagem é do *The Guardian* e isso é bom o suficiente”. Por outro lado, Bruno Fonseca, da Pública, percebe a possível inconsistência da linkagem externa e quando esta é necessária para dar crédito:

(...) tem que se evitar *linkar* um sanduichão de declarações de políticos baseadas em reportagens que não têm o contexto geral da fala. Às vezes, a reportagem diz: “Paulo Guedes disse isso...”. E é uma nota pequena que não traz o contexto. Fazer apurações em cima de apuração de apurações. A fonte primária é o ideal. Mas, claro, se é um furo que o jornal deu, e você não tem como chegar no documento oficial, no levantamento que outro jornal fez, acho válido (FONSECA, 2021).

Os links internos – que direcionam para reportagens das próprias agências e são mais comumente encontrados na grandes organizações de mídia – só foram

lançados na planilha de análise de conteúdo se desviam o leitor para uma reportagem interna que é, *per se*, um caminho para acessar *fontes dados*. Foram excluídas da análise as poucas reportagens das agências que não possuem nenhum link, mas ainda assim foram classificadas pelas respectivas equipes como jornalismo de dados e, por isso, estão inseridas nas seções das agências dedicadas a este segmento.

Um dos problemas levantado nas entrevistas como principal causa da ocorrência de links quebrados é o processo de migração²⁸⁰ do site para outros provedores, ou seja, a mudança de hospedagem. Essa demanda pode surgir quando a página fica lenta ou há necessidade de mais recursos de memória. Desde que foram criadas, as organizações pesquisadas já passaram por migrações. Nos dez anos de vida da Pública, isso já aconteceu duas vezes²⁸¹. Thiago Domenici descreve o desafio como um “trabalho hercúleo”, que, na sua opinião, não deve demandar uma “energia absurda” da equipe, porque sempre nestas migrações, segundo ele, se perdem *links*:

Perde muito. A gente tem uma prática que é assim. Sempre que tem uma migração, depois de um tempo, um ano, a gente revisa esses links. A gente tenta depois de um tempo fazer essa varredura porque tem como você ver os links que estão quebrados. Só que não tem como a gente fazer isso sempre, toda semana, todo mês por causa do trabalho. (...) tem desde casos de falta de cuidar, principalmente quando é um trabalho em parceria. Às vezes, é alguém lá que apagou os dados no drive, e a nossa matéria está linkada para esse, aí cai. (...) Nesta gestão Bolsonaro, alguns jornalistas reclamaram que os links antigos não funcionavam porque ocorreu algum *slug* novo no link. A gente tá num processo de organizar isso nos nossos drives para as bases que a gente subiu. Com a pandemia, tudo se enrolou muito, a equipe trabalhando à distância fica difícil dar conta. Mas a gente já estava num processo de organizar, e isso vai ser finalizado junto com o GitHub (FONSECA, 2021).

²⁸⁰ Migração é uma estratégia operacional que visa à preservação de documentos digitais. Ocorre quando o conteúdo de um site é movido para outro servidor ou *template* com a finalidade de manutenção do original. Neste processo, a versão do formato do objeto digital é atualizada bem como a versão do objeto do *software* interpretador. Dessa forma, os documentos serão reproduzidos na versão atualizada. Mas, a cada migração acumulam-se as alterações realizadas anteriormente. Novas atualizações, portanto, estão vulneráveis à corrupção das características dos documentos (SANTOS & FLORES, 2015).

²⁸¹ Informação concedida por Thiago Domenici em entrevista à pesquisadora, via *Google Meet*, em 17 mar. 2021.

O depoimento de Domenici atesta novos problemas organizacionais que são alvo de pesquisas no segmento da arquivologia. A conservação antes obtida através do armazenamento adequado de arquivo físico e/ou eventual restauração requer outras estratégias de preservação, uma vez que muitos documentos, hoje, só existem no formato digital (SANTOS & FLORES, 2015). Em face da constante perda parcial ou mesmo total de acesso a conteúdos no jornalismo de dados – especialmente de visualizações dinâmicas –, Heravi, Cassidy, Davis e Harrower (2021) empreenderam uma revisão literária a fim de levantar as melhores práticas no sentido de preservar a acessibilidade continuada.

Não é objetivo da pesquisa aqui relatada se aprofundar na investigação acerca de métodos de preservação de documentação digital ou de projetos de visualização vinculados ao jornalismo de dados. Mas cabe destacar a importância da escolha de TDR (*Trustworthy Digital Repository*), ou seja, repositório digital confiável que oferece acesso a longo prazo aos recursos digitais produzidos e hospedados em uma página digital (HERAVI et al., 2021). Em 2014, Delve, Denard e Kilbride assinalaram que cabe às organizações jornalísticas a responsabilidade por gerenciar, de forma sistemática, ações que visem à preservação de conteúdo (DELVE et al. apud HERAVI et al., 2021). A partir de Broussard e Bros, que abordaram o tema em 2018 e 2019 respectivamente, Heravi e seus parceiros reforçam o grau de dificuldade:

O esforço necessário para simplesmente manter objetos digitais dinâmicos online e a quantidade de tempo, trabalho e organização envolvidos na migração ou atualização dos próprios sites e do ambiente de software necessário para que eles sejam exibidos e funcionem é impraticável, se não inviável. Os pacotes de *software* e as plataformas computacionais mudam muito com o tempo. Por essas razões, os arquivistas digitais acreditam que, para preservar, a longo prazo, conteúdos dinâmicos como o jornalismo de dados, devemos emular²⁸², não migrar, o objeto em seu ambiente computacional (Broussard e Boss apud HERAVI, 2021)²⁸³.

²⁸² Emular é um método que se caracteriza pela elaboração de um sistema que funcione de forma idêntica a outro que se tornou obsoleto, a fim de permitir o acesso continuado a documentos que perderam o suporte por software ou hardware (FLORES, 2013). Disponível em <https://biblioo.info/documentos-digitais/>. Acesso em 19 ago. 2021.

²⁸³ Tradução da autora. No original: *The effort needed to simply maintain dynamic digital objects online, and the amount of time, work, and organization involved in migrating or upgrading the websites themselves and the software environment required for them to display, and function is impractical, if not unfeasible. Software packages and computational platforms change vastly over*

A análise de conteúdo não deixou dúvida que o TBIJ apresenta um quadro bastante precário na comparação entre as três agências pesquisadas. A falta de uniformidade em boa parte do conteúdo do site transparece pouco esmero e soma-se a uma profusão de links quebrados. Das trinta reportagens que possuem alguma linkagem, dezoito apresentam links quebrados. A baixa performance em *efetividade* claramente compromete o desempenho das reportagens no indicador *evidência* e aponta como a transparência é afetada de forma significativa entre grande parte do *corpus* analisado.

Uma das ocorrências mais graves está presente na página principal da série *Drone Warfare*²⁸⁴ organizada em cinco retransas: *Methodology* (Metodologia), *Glossary of drone warfare* (Glossário da guerra dos drones), *History of drone warfare* (História da Guerra dos drones), e *Naming the dead* (Dando nomes aos mortos). Quem clica em *Naming the dead* é direcionado para *Page not found* – página não encontrada. Referências a esta retransa aparecem repetidas vezes em várias reportagens com o mesmo resultado frustrante para o leitor: os dados não podem ser acessados (a matéria_29 é um exemplo).

No site, funcionam efetivamente *links* externos que direcionam o leitor para matérias citadas de outros jornais como *New York Times*, *The Guardian*, *The Washington Post*, *CNN*, *The Newsweek*, *Aljazeera*, *Punjab Newsline*, *Pakistan Observer*, *Muslim News*, *Arabnews*. Enquanto isso, a metodologia e os dados da reportagem *Reaping the rewards: how private sector is cashing in on Pentagon's insatiable demand for drone war intelligence* – Colhendo as recompensas: como o setor privado está lucrando com a demanda insaciável do Pentágono por drones de inteligência de Guerra – (matéria_16) não podem ser acessados porque o link está quebrado (Figura 43, a seguir), e o leitor é direcionado para página principal do site.

time. For these reasons, digital archivists believe that to save dynamic content such as data journalism for the long term, we must emulate, not migrate, the object in its computational environment (Broussard e Boss apud HERAVI, 2021).

²⁸⁴ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/projects/drone-war>. Acesso em 23 abr. 2021.

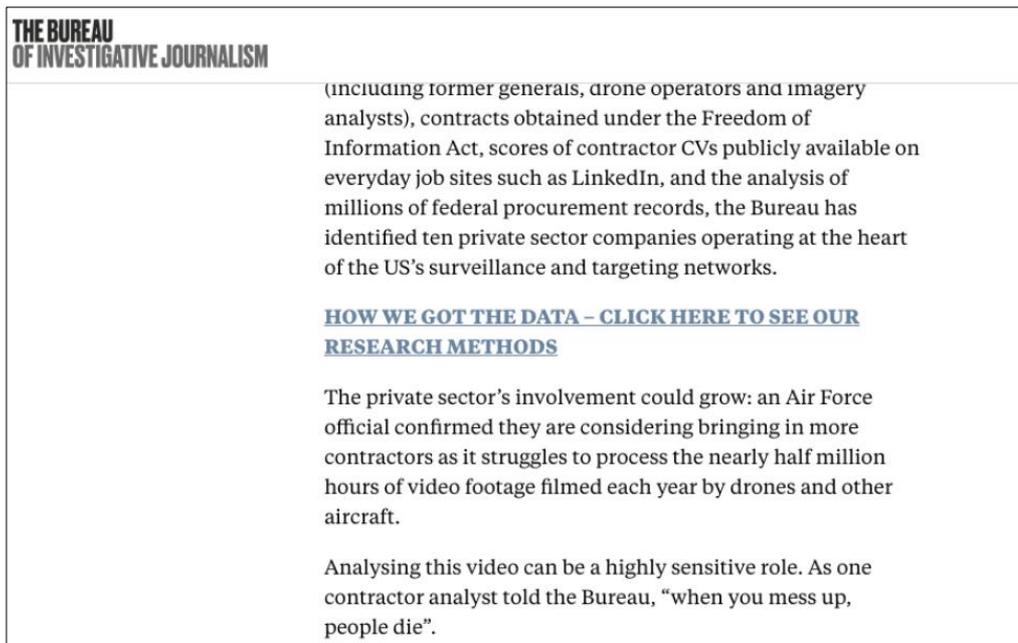


Figura 43: Quando o “click here” não funciona

Portanto, o leitor fica sem acesso ao banco de dados construído a partir de 8 milhões de registros de transações publicadas pelo Departamento de Defesa norte-americano entre 2009 e 2014 porque está inacessível pelo link a página destinada à matéria *Identifying the companies involved in Pentagon drone operations: the contracts, how we got the data*²⁸⁵ – Identificando as empresas envolvidas nas operações de drones do Pentágono: os contratos, como obtivemos os dados. Mesmo nesta reportagem (que não faz parte do *corpus*), há outros três links quebrados e oito ativos que direcionam o leitor para cópias dos contratos. As reportagens foram publicadas na mesma data, 30/07/2015. Mas quem chega à retranca principal não poderá checar os dados²⁸⁶.

Uma mostra de ausência de efetividade no TBIJ é a reportagem *The reaper presidency: Obama's 300th drone strike in Pakistan* – A presidência que mata: o 300º ataque de drones de Obama no Paquistão – (matéria_26), onde todos os cinco links presentes estão quebrados. Por isso, o leitor não tem acesso aos bancos de

²⁸⁵ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2015-07-30/identifying-the-companies-involved-in-pentagon-drone-operations-the-contracts-how-we-got-the-data>. Acesso em 17 abr. 2021.

²⁸⁶ Esta reportagem foi feita em parceria com o *The Guardian*. O jornal britânico apresenta uma visualização mais bem elaborada. Mas o leitor também não consegue acessar metodologia e dados, pois o link, onde se lê *Mais detalhes, dados e documentos sobre esta história estão disponíveis no Bureau of Investigative Journalism*, está direcionado para a página principal do *The Bureau* com as notícias mais recentes. Disponível em <https://www.theguardian.com/us-news/2015/jul/30/revealed-private-firms-at-heart-of-us-drone-warfare>. Acesso em 21 abr. 2021.

dados de 2009, 2010, 2011 e 2012 (em links separados sob o título *Get the data*/acesse os dados) – informação que está reunida na já citada página *Drone warfare*.

Ao clicar, por exemplo, em *Click here to the Bureau's full 2011 Pakistan database* – Acesse aqui a base de dados completa do *Bureau* sobre o Paquistão 2011, o leitor não será direcionado para a reportagem *Reported US Strikes*, que traz links para planilhas com informações de ataques entre 2009 e 2016²⁸⁷. Nesta matéria, dez *links* que levam para as planilhas também estão quebrados. Funciona apenas *You can access a complete spreadsheet for all strike and casualty data for Pakistan here* – Você pode acessar a planilha completa com dados sobre ataques e mortes no Paquistão aqui. Mas mesmo na *planilha* (Figura 44, abaixo), os links para metodologia e o conjunto de dados HTML completos estão quebrados.

	A	B	C	D	E	F	G	H
3	Please see our methodology for more information on our sources: http://www.thebureauinvestigates.com/2011/08/10/pakistan-drone-strikes-the-methodology2/#sources							
4	The full methodology is available here: http://www.thebureauinvestigates.com/2011/08/10/pakistan-drone-strikes-the-methodology2							
5	The full HTML datasets can be found here: http://www.thebureauinvestigates.com/category/projects/drones/drones-graphs/							
6								
7	The Bureau's work is licensed under creative commons. You are free to reuse this data but we ask you to please cite the Bureau as the source, and link back to this dataset. It is possible to download this spreadsheet however converting it into a Excel format will cause specific problems with the summary tables and the graphs because there are important differences between the coding of functions in Google drive and Excel.							
8	More information on how to use the relevant functions in Excel: https://support.office.com/en-in/article/SUMIFS-function-9dd6179e-cced-41dd-ac38-08df5b929e5							
9	More on our Creative Commons license: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/							
10								
11	If you have any questions about this spreadsheet, about how we're presenting the data here, or if you have any corrections to our figures, please contact us at the below email address and include "Pakistan drone data" in the subject line.							
12	Contact the Bureau: info@thebureauinvestigates.com							
13								
14	The attacks here are listed in chronological order. This is a live database: the Bureau does not consider any record closed. Therefore casualty estimates for any strike could change when new, credible information comes to light that affects our understanding of a particular event.							
15	Below are detailed notes explaining the coding, and column headings used in this spreadsheet:							
16	Strike ID	A four or five figure alphanumeric code identifying each strike. The letters signify under which President the strike was conducted (B for Bush, Ob for Obama, T for Trump). The code's numeric sequence is chronological: the higher the number, the more recent the strike. It does not signify which strikes were added to the database most recently.						
17	Date	In UK format: dd/mm/yyyy						

Figura 44: Links quebrados até em planilhas.

Interpelada sobre a razão para tantos links quebrados, a editora-chefe do *The Bureau*, Rachel Oldroyd não prestou esclarecimentos. Esta ocorrência demonstra falta de rigor, que se coaduna com a falta de uniformidade encontrada no site,

²⁸⁷ A reportagem não consta da análise de conteúdo. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/drone-war/data/obama-2011-pakistan-strikes>. Acesso em 16 ago. 2021.

especialmente nas reportagens mais antigas.

Embora os profissionais admitam enfrentar problemas para preservar o funcionamento de alguns *links*, nas agências Pública e Gênero e Número, o desempenho levantado pela análise de conteúdo foi francamente melhor em termos de efetividade. Como demonstra o gráfico da Figura 45, a seguir, respectivamente, 83% e 81% do conteúdo analisado foram cotados com muito fortes contra 43% do TBIJ. As três reportagens mensuradas como moderadas na Pública (matéria_27, 32 e 40) receberam avaliação idêntica em evidência. Na GN, o mesmo acontece com a reportagem cotada como moderada (matéria_37) e a classificada como fraca (matéria_28). No resultado final do indicador evidência, as três aparecem como moderadas. A interferência no nível de transparência em virtude da ocorrência de links quebrados é evidente. Esse impacto será aprofundado ao tratarmos especificamente do indicador *evidência*.

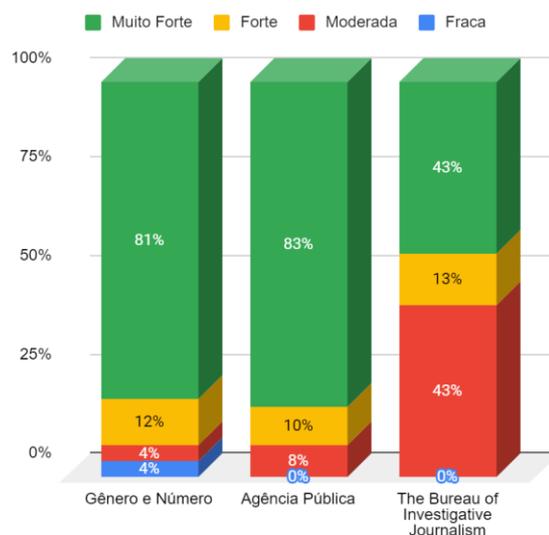


Figura 45: Percentual de efetividade das agências.

4.8.8. Expertise e credibilidade

Podemos afirmar que a expertise profissional é um diferenciador no resultado de uma reportagem. Da simples matéria assinada no impresso, que introduziu quem está por trás da produção, o jornalismo digital evoluiu para outras práticas que se tornaram relativamente comuns. Além de informar o email do repórter para eventual contato, como faz a mídia tradicional, as agências pesquisadas adotaram como rotina a publicação de minibiografias dos autores das

matérias, o que, nos moldes do Projeto Credibilidade, é considerado fator que reforça a credibilidade.

Os três *websites* possuem páginas específicas que apresentam o organograma das organizações com perfis. Mas os da Pública e do TBIJ trazem ainda, no final das matérias, breves resumos de quem assina a reportagem – o *The Bureau* traz inclusive informação sobre colaboradores que fizeram parceria com a agência. Entretanto, há casos em que não há informação porque o jornalista deixou de fazer parte da organização ou fez um trabalho eventual – situação que ocorre na GN e na Pública. A ausência de perfil vai de encontro ao conceito de método estabelecido pelo Projeto Credibilidade.

Um exemplo é a reportagem assinada por Taís Seibt, *Sentenças de Sergio Moro foram mais rápidas antes do impeachment da Dilma*²⁸⁸, publicada no dia 17 de fevereiro de 2020. Seibt é jornalista especializada em jornalismo de dados e *fact-checking*. Professora da Universidade Unisinos, é autora da tese de doutorado *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*, que recebeu menção honrosa no Prêmio Capes de Tese 2020. Mas esta informação não está disponível. A reportagem citada recebeu o reforço de dois outros repórteres: Pedro Papini – também sem perfil na página –, especialista em obter dados em portais de transparência e através da LAI (Lei de Acesso à informação), e Náira Hofmesteir, que tem perfil no site e 15 anos de experiência em veículos nacionais e internacionais e indicação a três prêmios de jornalismo²⁸⁹.

Para chegar a uma pontuação mais congruente sobre o nível de expertise (Figura 46, a seguir), foram consideradas informações acessíveis fora dos sites das agências. Consideramos que, no cômputo geral, praticamente todos os profissionais envolvidos nas reportagens são apresentados em minibiografias – um formato que remete aos procedimentos dos blogs que possuem uma inflexão mais pessoal. Os perfis atendem também a estratégias de consolidação de marcas e reputação, uma vez que procuram, de forma geral, exaltar as qualidades dos repórteres. Mas, uma ressalva prescritiva, o silenciamento nos casos citados acima desfavorece essa tática.

²⁸⁸ Disponível em <https://apublica.org/2020/02/senten%C3%A7as-de-sergio-moro-na-lava-jato-foram-mais-r%C3%A1pidas-antes-do-impeachment-de-dilma/>. Acesso em 12 abr. 2021.

²⁸⁹ Disponível em <https://apublica.org/autor/naira-hofmeister/>. Acesso em 22 jun. 2021.

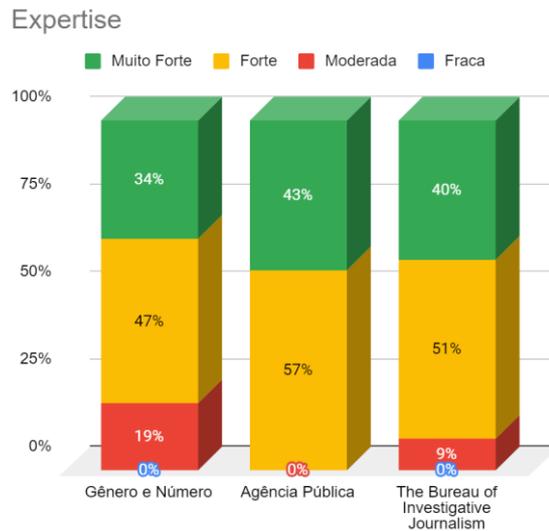


Figura 46: Nível de expertise nas agências.

Na comparação entre as agências, nenhuma apresentou expertise fraca. A Pública reúne o maior percentual de profissionais com expertise – 43% em forte e 57% em muito forte, sem registro de expertise moderada. A variação entre as agências não é muito expressiva. Na Gênero e Número, há mais ocorrências de expertise moderada em reportagens geralmente assinadas apenas por um repórter com menos experiência (19%). Um exemplo é a reportagem *Muito discurso e pouco dinheiro: ministério da saúde gasta apenas R\$ 2 mil com mais vulneráveis na pandemia*²⁹⁰, publicada em 28 de maio de 2020, assinada por Lola Ferreira. A matéria foi cotada com método incompleto porque não apresenta metodologia, é moderada em dados e em outras fontes – apenas um documento e depoimentos de ativistas – e, portanto, com pouca diversidade.

No extremo oposto, estão as reportagens da GN realizadas por equipe. Este é o caso em *Trinta partidos não atingiram a cota de candidatas em todos os municípios onde disputam eleições*²⁹¹, publicada em 01 de outubro de 2020, assinada pela repórter Vitória Régia da Silva, pela pesquisadora e analista de dados, Flávia Bozza Martins e pela diretora de arte e design, Marília Ferrari. A matéria foi cotada com método completo porque recebeu pontuação máxima em todos os subindicadores que medem aquele indicador macro.

²⁹⁰ Disponível em <https://www.generonumero.media/gastos-ministerio-mulher-coronavirus-dameres-covid/>. Acesso em 17 mar. 2021.

²⁹¹ Método completo. Disponível em <https://www.generonumero.media/trinta-partidos-nao-atingiram-cota/>. Acesso em 20 mar. 2021.

Ficou claro que o trabalho em equipe fortalece a expertise e é uma prática adotada nas três agências. É uma rotina comum no jornalismo de dados realizado, comumente, por equipes multimídias (CANAVILHAS et al., 2016; PARASIE, 2015; CHARBONNEAUX & GKOUSKOU-GIANNAKOU, 2015). Todas as dezenove reportagens com expertise muito forte da Pública foram classificadas também como com evidência muito forte. Um exemplo é *Em meio à pandemia de coronavírus, Brasil enfrenta “desertos” de UTIs* (matéria_17), publicada no dia 13 de março de 2020. Na avaliação, entretanto, a reportagem foi cotada com método parcial, porque não traz metodologia. Editor de dados da Pública, Thiago Domenici destacou a importância do trabalho em parceria:

A gente conseguiu tudo a distância. Nesses casos assim, por exemplo, a estrutura disso aqui... A Bianca e o Bruno são da equipe de dados. A Rute (Pina) é repórter, mas não repórter de dados. Fui eu quem editou esse material. A Bianca e o Bruno ficaram encarregados de fazer a parte de dados, e a Rute foi atrás de personagens e das histórias das famílias. A equipe tem se dividido assim para acelerar o processo. A gente tem feito muito. Colocar dupla de repórteres, trinca de repórteres para apuração ser mais ligeira, porque o momento exige que seja mais ligeira, sem perder a qualidade do que a gente faz. Se deixar só um fazendo vai demorar mais e perde um pouco a qualidade também (DOMENICI, 2021).

Mais antiga entre as três agências, o TBIJ passou por uma significativa mudança em sua equipe – com um caráter mais permanente na seção *Bureau Local*. Profissionais premiados, como Iain Overton²⁹² – responsável pela reportagem premiada *Wikileaks Iraq War Logs* – não possui mais perfil no site, assim como Chris Woods, que também cobriu a guerra dos drones no Afeganistão, Paquistão, Iraque e Iémen. As reportagens do TBIJ costumam trazer o nome dos repórteres, mas a maioria das matérias deste projeto são assinadas por *The Bureau*. Neste caso,

²⁹² As reportagens do TBIJ costumam trazer o nome dos repórteres, mas a maioria das matérias deste projeto são assinadas por *The Bureau*. Overton, premiado pela cobertura, foi fundador e editor executivo do *The Bureau* – conhecido como *Bureau of Investigative Journalism (BIJ)* – e renunciou, em 2012, em virtude de uma denúncia que envolveu um deputado do partido conservador britânico – Lord McAlpine. A investigação feita em parceria com o programa *Newsnight* da BBC foi desmentida e levou também à renúncia do então diretor-geral da BBC, George Entwistle. O episódio mostra como um erro jornalístico pode ter consequências. Houve pressão do conselho de financiadores do TBIJ em favor da renúncia de Overton e do chefe de reportagem do *The Bureau*, Angus Stickler, como forma de resgatar a reputação da organização abalada pelo erro jornalístico. O jornalista assumiu o erro cometido. Disponível em <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2015/jun/05/why-iain-overton-gun-culture-expertis-one-of-journalisms-nice-guys>. Acesso em 23 jul. 2021

um leitor desinformado não saberá quem está por trás da reportagem.

A matéria *Joint enterprise: a definition*²⁹³, publicada no dia 31 de abril de 2014, é assinada pelo *The Bureau* e, por isso, recebeu cotação moderada. Faz parte de uma reportagem que expõe os riscos da adoção do protocolo jurídico chamado *joint enterprise* (condenações em conjunto), conduzida por Maeve McClenaghlan, mas a assinatura não deixa claro quem fez aquela retranca. Na avaliação do método, é incompleta (sem fontes complementares e diversidade). No extremo oposto, estão 14 de 35 reportagens avaliadas como muito forte (mais de um repórter experiente envolvido).

Exemplo de parceria entre *The Guardian* e *The Bureau*, a matéria *Revealed: how the beef trade is destroying Amazon*²⁹⁴, publicada no dia 02 de julho de 2019, é assinada pelo *Environment and Farming editor* (editor de meio ambiente e agricultura), pela repórter Alexandra Heal e pelo então correspondente do *The Guardian*, Dom Philips, os jornalistas Daniel Camargos e Diogo Junqueira, da Repórter Brasil, André Campos, jornalista brasileiro especializado em meio ambiente – os quatro últimos fizeram o trabalho de campo na Amazônia. Contou ainda com a estudante de jornalismo Mie Lainio, da Universidade de Södertörn, uma bolsista do programa Erasmus para estágio no TBIJ (da União Europeia). No cômputo geral, mesmo sem metodologia, a reportagem apresenta documentos e expande o assunto com dez fontes complementares que conferem muita diversidade ao conteúdo. Repórter do *The Guardian*, Dom Philips destaca o valor do trabalho minucioso de checagem das Guias de Transporte de Animal realizado por Alexandra Heal. A jornalista do *The Bureau*, por sua vez, diz que seria impossível realizar a cobertura sem a apuração *in loco* feita pelas equipes do *The Guardian* e do Repórter Brasil, no Norte do Brasil:

Você pode fazer histórias melhores. Por sermos uma pequena agência sem fins lucrativos em Londres, não temos os recursos para fazer a reportagem *in loco*. Com colaboração, o *Guardian*, uma grande organização de mídia, tem os recursos que permitem

²⁹³ Determinação conjunta: uma definição. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2014-03-31/joint-enterprise-a-definition>. Acesso em 13 maio 2021.

²⁹⁴ *Revelado: como o comércio de gado bovino está destruindo a Amazônia*. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2019-07-02/global-beef-trade-amazon-deforestation>. Acesso em 14 maio 2021. A reportagem faz parte do projeto *Animals Farmed* publicado no *The Guardian*. Disponível em <https://www.theguardian.com/environment/series/animals-farmed>. Acesso em 26 jul. 2021.

que Dom (Philips) vá e faça a cobertura. E foi muito bom contar com o Repórter Brasil, que, obviamente, é especialista nesse assunto no Brasil (...) Eles têm dados que podemos acessar. (...) você pode fazer reportagens muito melhores do que na competição. Apurar com pequenas dicas de informação e otimizar os recursos porque, no final, o público, em geral, não liga se a história foi feita pelo *The Guardian* ou Repórter Brasil (HEAL, 2020).

Na outra ponta da parceria com o *TBIJ*, o editor de meio ambiente do jornal *The Guardian*, Jonathan Watts, reforça que de um conhecimento individual, o repórter adquire, na colaboração, a condição de “nó em uma rede”, o que reduz riscos à equipe em coberturas de vazamentos como *Wikileaks*. A colaboração torna o trabalho mais produtivo e contribui também para a elaboração de mais gráficos, vídeos e até podcasts²⁹⁵. Verificamos, na análise de conteúdo, que a parceria entre repórteres da mesma agência ou entre profissionais de veículos parceiros é uma prática que aumenta a expertise na produção das reportagens e encontra-se consolidada na rotina.

4.8.9. Metodologia da apuração

Entre os indicadores do Projeto Credibilidade, dar visibilidade à metodologia da apuração é um forma de conferir mais confiabilidade à produção. Esta prática é adotada pelas três agências (ver gráfico na Figura 47, abaixo) com diferenças significativas na frequência e forma de apresentação. O resultado da análise mostrou que, das três, *TBIJ* é a agência que mais oferece informação sobre os métodos utilizados pelos repórteres para obter as informações relatadas nas reportagens – 66% da produção apresenta este passo a passo com clareza. Entre as agências brasileiras, este percentual aparece mais reduzido – 45% das reportagens da GN trazem metodologia, enquanto apenas 32% do conteúdo da Pública oferece esta informação adicional.

²⁹⁵ Informação concedida à autora em entrevista via google meet no dia 12 jul. 2021.

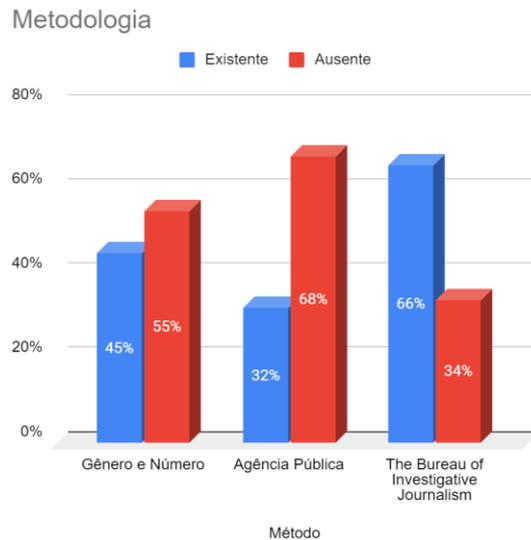


Figura 47: Presença de metodologia nas reportagens das agências.

Os projetos especiais da GN – em uma seção específica do site – obedecem a um formato que sempre inclui notas metodológicas. Na página principal da seção *Dados Abertos*, aparecem links para *metodologia* ao lado dos títulos somente em seis reportagens, como demonstra a Figura 48, a seguir.



Figura 48: Links para metodologia de matérias da GN.

Nestes casos, retrancas específicas explicam os métodos empregados, como na matéria₄₂, *Deputadas levam ao Congresso 1/3 das propostas que avançam em direitos das mulheres*²⁹⁶. Natália Leão, coordenadora de Dados e pesquisa, sustenta que os

²⁹⁶ Disponível em <https://www.generonumero.media/metodologia-de-coleta-de-dados-para-reportagem-deputadas-levam-ao-congresso-13-das-propostas-que-avancam-em-direitos-das-mulheres/>. Acesso em 20 mar. 2021.

leitores obtêm suficientes explicações de informações obtidas em sites oficiais como IBGE, mas compreende que é importante explicitar a metodologia quando há cruzamentos de dados.

O TBIJ lança mão do mesmo recurso da metodologia em retrancas separadas da reportagem principal, mas os links que direcionam para aquelas páginas de metodologias estão quebrados. Um exemplo, já citado, é o da matéria_15, *Reaping the rewards: how private sector is cashing in on Pentagon's insatiable demand for drone war intelligence* – Colhendo as recompensas: como o setor privado está lucrando com a demanda insaciável do Pentágono por drones de inteligência de Guerra. A falha no link faz com que, na prática, o leitor não obtenha a informação. Isso também ocorre nas matérias_2, _22 e _27.

Por outro lado, o TBIJ alcança seu intento de forma mais eficaz quando incorpora detalhes sobre a metodologia no corpo das reportagens. Um exemplo é o texto da matéria_11, *Revealed: how the global beef trade is destroying the Amazon* – Revelado: como o comércio global de carne bovina está destruindo a Amazônia. Nele, os repórteres citam que, usando GPS e mapas disponíveis publicamente, localizaram gados e pastagens dentro das áreas embargadas na Fazenda Lagoa do Triunfo. E esta informação é apresentada em um mapa interativo.

Em se tratando das reportagens da *Bureau Local*, a metodologia é inserida nas *reporting recipes* (índice da reportagem). Não existem links quebrados nesta seção, o que confere total transparência para métodos e também dados raspados ou construídos. Charles Boutaud, coordenador de dados do *Bureau Local*, acrescenta que o índice busca explicar como foram construídas as bases estatísticas de forma compreensível para uso dos colaboradores – “não somos uma operação ‘relações públicas’; somos uma operação ‘jornalismo’”. Gareth Davies, repórter da editoria Local, sentencia:

(...) capacitar as pessoas para que participem do jornalismo é uma parte realmente importante para reconstruir a confiança na mídia, e os índices (sic) de reportagem que produzimos são uma forma de fazer isso. Eles foram projetados para que qualquer pessoa possa entender como investigar o tópico. Acho que, como jornalistas, devemos explicar nossa metodologia, incluindo as falhas, contexto e motivações com mais frequência (DAVIES, 2021).

Da mesma forma que o TBIJ, a Gênero e Número e Pública também introduzem informações metodológicas ao longo de algumas de suas reportagens, especialmente quando tratam de dados obtidos a partir da Lei de Acesso à Informação. Diferente das demais, a Agência Pública criou, em 2020, um box para a metodologia – *metodologia da análise de dados* – que é inserido no pé da reportagem. Das quinze matérias com informes sobre métodos, sete adotam este formato (matéria_1, _3, _4, 6, 18, 44, 45). Em *Sentenças de Sergio Moro na Lava Jato foram mais rápidas antes do impeachment de Dilma*, há um link para nota técnica disponível em pdf (matéria_8). Já a reportagem *Farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos do “kit covid” na pandemia* conta com o box *Metodologia* (Figura 49):

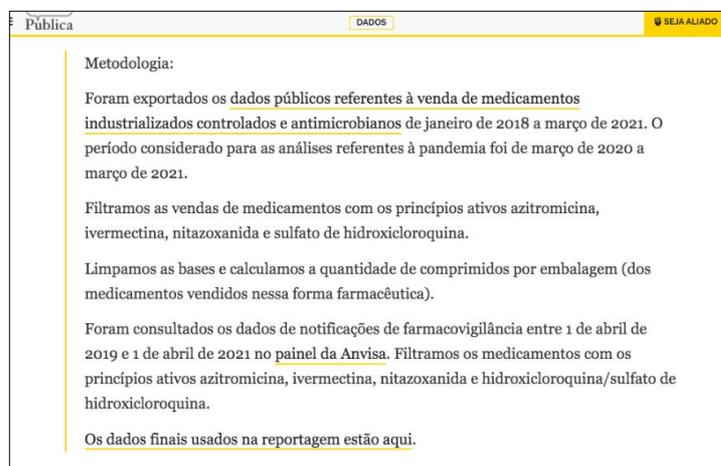


Figura 49: Metodologia em forma de box na Agência Pública

O box *Metodologia* também incorpora *link* para os dados. O formato é utilizado ainda na seção *Reportagem* em matérias que empregam base de dados e tende a se expandir no site em função do crescente interesse no jornalismo de dados por parte dos próprios profissionais da Agência Pública – uma constatação recorrente nas entrevistas. Andrea Dip observa outro fator relevante que tangencia a questão do foco ou teor da amostra consolidada pelo(s) repórter(es):

(...) o que eu já presenciei é que isso vem de um pedido de pesquisadores e pessoas que às vezes escrevem querendo ampliar suas pesquisas. Ou que precisam destes dados para alguma coisa. E aí perguntam: “como vocês chegaram neste número? Como vocês chegaram nesse dado?” Mas, de novo, tem a ver com essa transparência. Porque também os dados podem ser vistos de diferentes pontos de vista. Os dados podem ser vistos de um jeito ou de outro. Você pode analisar de uma forma ou de outra. Você

colocando a metodologia, deixa isso claro, que caminho você seguiu para chegar ali (DIP, 2021).

Além da metodologia no pé da reportagem, quando necessário, a Pública apresenta tópicos de *correção* e *atualização*. Um exemplo de errata está na reportagem *Covid atingiu mais de 80% das prisões em 14 estados*, publicada em 10/05/2021 (matéria_46). Na *atualização*, há informação sobre data e horário em que as alterações foram inseridas na versão original. Outro exemplo ocorre na reportagem *Em alerta por coronavírus, prisões já enfrentam epidemia de tuberculose* (matéria_14). Esse diferencial revela um compromisso da organização com o rigor no método de trabalho.

4.9. Análise pelo indicador Método

A análise do indicador macro *Método* nas reportagens das agências Pública, Gênero e Número e *The Bureau of Investigative Journalism* aponta o nível de rigor adotado e verificável com base em subindicadores que revelam os seguintes elementos: *metodologia, expertise, fontes dados, outras fontes e diversidade*²⁹⁷.

Na comparação (ver gráfico da Figura 50, a seguir), a Pública apresenta maior índice de reportagens com rigor completo (72%), a agência TBIJ tem 51% com rigor completo, e a GN soma 42% na mesma classificação. Entretanto, a Gênero e Número apresenta 53% da produção analisada cotada como parcial enquanto o *The Bureau* perfaz um percentual de 31% nesta classificação.

²⁹⁷ Para melhorar a apreensão das inferências levantadas a partir da análise de conteúdo, sugerimos acessar as planilhas de cada agência com os resultados dos indicadores e subindicadores disponíveis a partir dos links informados nas notas de rodapé 227, 228 e 229.

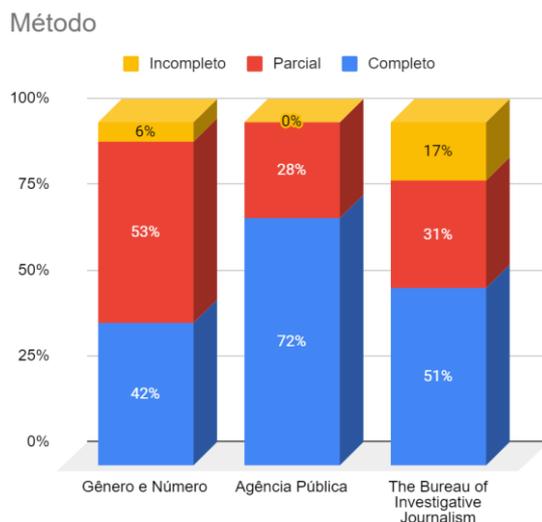


Figura 50: Gráfico da análise das agências pelo indicador Método.

Em termos de método incompleto (ver tabela abaixo), a GN tem um coeficiente bem pequeno (6%), que corresponde a menos da metade das reportagens incompletas do *The Bureau* (17%). Na GN, são três reportagens em 53 – que correspondem a 5% do total de 53 reportagens analisadas. No TBIJ, são seis em 35 – o que categoriza 17% do total de 35 matérias analisadas como incompletas. Nenhuma reportagem avaliada da Pública é incompleta.

Tabela 09: Análise das Agências pelo Método

Agência	Método			Total
	Completo	Parcial	Incompleto	
Gênero e Número	22	28	3	53
Agência Pública	34	13	0	47
The Bureau of Investigative Journal	18	11	6	35

No somatório de completo e parcial, a GN tem mais reportagens produzidas com bastante ou algum rigor – 95% ou 50 matérias em 53 – em contraste com o TBIJ – 82% ou 29 matérias em 35. Ainda assim, um percentual alto. Já a Pública mostra mais rigor no cômputo geral, pois não tem nenhuma incompleta, enquanto 72% da produção revelou método completo e apenas 28%, método parcial – o que mostra mais uniformidade na elaboração da notícia e aponta empenho e esmero nas rotinas de produção.

Uma combinação de fatores aponta maior ou menor grau de método na condução da reportagem. É relevante pontuar os fatores que desequilibram o grau de rigor na Gênero e Número e no TBIJ e resultam em método incompleto. Na GN, a falta de metodologia aliada à pouca expertise e baixa diversidade explicam esta classificação (matérias_7, 16 e 19). Mesmo como boa expertise, o que desfavorece o indicador *método* na agência britânica são as poucas fontes complementares em reportagens construídas com pouca diversidade (matérias_13,_17,_19_20_21,_29).

Na matéria_7, *Negros serão 44% dos vereadores nas capitais brasileiras*, publicada no dia 16 de novembro de 2020, a GN não informa quem realizou a reportagem (baixa expertise) e não busca outras fontes para contextualizar as revelações obtidas através dos dados – ou seja, apresenta falta de diversidade. Um exemplo de método incompleto no TBIJ é *Payday loans companies charging up to 7,000% to experience huge growth*²⁹⁸, publicada em 5 de setembro de 2013. Denuncia um *boom* no setor de empresas de empréstimos que vêm obtendo lucros estratosféricos. Traz dados abertos e informações detalhadas, mas não amplia o assunto com fontes especializadas ou mesmo consumidores que eventualmente tenham sido logrados.

Embora não tenha nenhuma reportagem incompleta, na Agência Pública, o que foi reputado como método parcial demonstra características similares com ausência de metodologia, baixa diversidade e poucas fontes complementares. Este é, por exemplo, o perfil da matéria_39, *De olho em outubro, deputados deixam partidos das eleições de 2014*, publicada no dia 10 de abril de 2018, que não apresenta metodologia e não traz muitas vozes, embora cite 24 políticos com base em dados oriundos do TSE (única fonte adicional aos dados coletados).

No extremo oposto, estão reportagens consideradas completas. Com sutis diferenciações, a análise revela que, entre os elementos discerníveis que apontam o rigor no método, se destaca a diversidade como característica comum entre as reportagens marcadas com método completo nas três agências. Mesmo o TBIJ, que apresenta apenas 34% de seu *corpus* completo com muita diversidade (ver subindicador *diversidade*), tem 66% das 18 matérias consideradas completas classificadas com bom desempenho em termos de pontos de vista diferenciados. Na

²⁹⁸ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2013-09-05/payday-loans-companies-charging-up-to-7-000-experience-huge-growth>. Acesso em 10 maio 2021.

GN, entre as 22 tidas como completas, 77% registram muita diversidade. A Pública, por sua vez, revelou o mais alto índice neste quesito: 97% da produção com método completo – 34 matérias – oferece muita diversidade.

O resultado, como já foi assinalado, resulta de uma combinação assentada, logicamente, em avaliações positivas. De modo geral, são produções que envolvem um repórter experiente (forte) ou equipe multimídia (muito forte). Foram classificadas como forte e muito forte em *outras fontes* e oferecem, como já foi pontuado, multiplicidade de pontos de vista – muita diversidade. Em termos de dados, é recorrente a conjugação de material colhido junto a fontes oficiais com informações obtidas através da LAI (Lei de Acesso à Informação) ou do *FOI* (*Freedom of Information*), ou mesmo a dados construídos pelas próprias agências. Os documentos, acessíveis via hiperlink, respondem por um percentual alto, como observamos no subindicador *fontes dados*, e reforçam a evidência dos fatos narrados.

Uma peculiaridade no universo da produção com método completo, 94% das 18 reportagens do TBIJ têm o subindicador *outras fontes* cotado como muito forte. A Pública registra 70% das 34 matérias com muitas fontes complementares, enquanto na GN este coeficiente cai para 54% do total de 22 avaliadas como completas. Inferimos ainda que, dentre as reportagens com método completo, GN, Pública e TBIJ têm, respectivamente, 63%, 58% e 50% das reportagens reputadas como muito fortes em termos de fontes dados. A metodologia é um elemento que tem prevalência no TBIJ e na GN (respectivamente, 60% e 63%). Já entre as 34 reportagens com máximo rigor na Pública, apenas 35% oferecem informação sobre metodologia ao leitor. Dentro desse contingente de matérias, o TBIJ concentra percentual mais alto de expertise (60%) seguido da Pública (50%) e GN (36%) – que se aproxima do desempenho referente ao *corpus* total de 53 reportagens avaliadas da GN com expertise auferida em 34% como muito forte.

Se o resultado é uma combinação de fatores, a observação destas singularidades revela a importância do subindicador *diversidade* na avaliação do rigor aplicado na construção das reportagens. Todos os elementos discerníveis contribuem para a qualificação do nível de método, mas diversidade prevalece na amostra da Pública e da GN: respectivamente 97% e 77%. Importante destacar que, ao consideramos todas as reportagens do *corpus*, a Pública registra 72% com muita diversidade e a GN apenas

34%. As fontes complementares (subindicador *outras fontes*) também se revelam elementos relevantes, especialmente na amostra do TBIJ. Já a oscilação que demonstra menor proficiência em expertise ou mesmo ausência de metodologia não desequilibra se os demais elementos são fortes. Se no cômputo geral, a Pública transparece mais rigor em sua produção, dentre suas 34 reportagens com método completo, apenas 35% oferecem metodologia ao leitor. Isso sugere o quanto a completude no método de apuração é importante para a qualidade e, por conseguinte, para a possibilidade de verificação.

Um exemplo de reportagem completa na Pública é a matéria_45, *Farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos do “kit covid” na pandemia*, publicada em 20 de abril de 2021 e assinada pelo editor de dados Bruno Fonseca e pela repórter Bianca Muniz da editoria Dados. Fonseca²⁹⁹ foi indicado ao Prêmio *Sigma Award 2021* – que premia o melhor jornalismo de dados em nível mundial. A reportagem mapeia, com dados oficiais da Anvisa e informação via LAI, a venda exponencial do kit em todo Brasil, com acesso a dez documentos originais que apontam como o governo estimulou o *tratamento precoce*. Traz sete fontes tradicionais, entre elas três empresariais, oficial, institucional e redes sociais – incluindo um twitter do presidente da República (via hiperlink) para evidenciar o apoio do governo ao kit. E ainda apresenta a metodologia com links para os dados.

Entre as 18 reportagens das 35 analisadas no *corpus* do TBIJ, podemos destacar a premiada *Revealed: the private firms tracking terror target at heart of US drone wars* – Revelado: as firmas privadas que rastreiam alvos terroristas no centro da guerra americana dos drones (matéria_15), publicada em 30/07/2015. Esta publicação traz um link para metodologia e outro para os documentos que reproduzem os contratos. A reportagem foi feita com uso do *Freedom of Information (FOI)*. Foram ouvidas sete fontes no total, incluindo duas oficiais, duas redes sociais, uma empresarial, uma em *off* e uma especialista. Tem expertise e diversidade muito forte. A matéria_35, *Stretched, secret supply chains hole Covid-19 patients’ lives in the balance* – Cadeia de abastecimento secreto sobrecarregadas colocam vida de pacientes de Covid-19 em risco – , ilustra a busca por fontes complementares no método empregado pelo TBIJ, como foi citado. A repórter

²⁹⁹ Disponível em <https://sigmaawards.org/bruno-fonseca/> e <https://twitter.com/obrunofonseca/status/1390709258216517636>. Acesso em 07 maio 2021.

divulga dados oficiais e ouve, no total, 16 fontes, entre especialistas (2), instituições (4), empresariais (8), ONG (1) e uma fonte em *off* – aliados a informações sobre metodologia, expertise e diversidade muito fortes.

Um exemplo de como a composição dos subindicadores funciona com base em um equilíbrio de fatores é a reportagem da GN *A lei que pode tirar milhares de mulheres das prisões no Brasil* (matéria_32), publicada em 25/10/2017. Mesmo com pouca diversidade, a reportagem é completa. Dá acesso a dados atualizados do Infopen (Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias) – visualizados em gráfico – e a treze documentos oficiais, entre legislação e relatórios institucionais. Assinada pela colaboradora Mariana Bastos, que possui dez anos de experiência com passagem pelos jornais *Lance!* e *Folha de S. Paulo*, foi cotada com expertise forte. Para construir a reportagem, Bastos ouviu nove fontes: uma oficial, duas institucionais, um personagem, duas ONGs, uma fonte em *off* e três especialistas.

4.10. Análise pelo indicador Evidência

O indicador macro *evidência* foi idealizado com fulcro no conceito da *regra da transparência*. A clareza e a precisão patentes nas reportagens facultam a verificação do processo de construção da notícia uma vez que o público tem conhecimento sobre a origem da informação (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, pp.127-128). Os subindicadores propostos para medir o grau de evidência são: *fontes dados, outras fontes, fontes não identificadas, efetividade, visualização e dados abertos*.

Com respaldo no Projeto Credibilidade – que levantou indicadores de qualidade através de pesquisa realizada junto a jornalistas brasileiros, Träsel, Lisboa e Reis (2018) apontam a relevância da presença de citações e referências nas reportagens. Levando em conta o resultado do levantamento, os autores empreenderam uma compilação e discriminaram procedimentos que sugerem evidências, dentre os quais documentos, artigos científicos, fontes e bancos de dados. Os subindicadores criados para a proposta experimental buscaram avaliar essas referências, ou seja, aquilo que é perceptível no corpo da notícia³⁰⁰.

³⁰⁰ Para melhor apreensão das inferências levantadas a partir da análise de conteúdo, sugerimos acessar as planilhas de cada agência com os resultados dos indicadores e subindicadores disponíveis a partir de links informados nas notas de rodapé 227, 228 e 229.

A mensuração do indicador *evidência é fraca, moderada, forte e muito forte*. A primeira observação notável, na comparação entre as agências, é que não houve nenhuma reportagem cotada como fraca na Pública e na Gênero e Número. Já o TBIJ, como aponta a tabela a seguir, teve duas das 35 reportagens (matéria_17 e _21) classificadas como com evidência fraca. A classificação procede porque, para a edição dessas reportagens, não foi ouvida nenhuma fonte complementar, e os autores recorreram a fontes não identificadas – que constituem elemento negativo e, por isso, entram para subtrair no cálculo do indicador (-3). O agravante na reportagem *Payday loans companies charging up to 7,000% experience huge growth* – empresas de empréstimo cobram até 7.000% e registram grande crescimento (matéria_17) – é que o link em *Get access to the full data* (acesse os dados completos) não funciona, o que marca a reportagem com efetividade moderada – ou seja, links quebrados inviabilizam o acesso aos dados e impacta a transparência.

Tabela 10: Análise das Agências pela Evidência

Agência	Evidência			
	Muito forte	Forte	Moderada	Fraca
Gênero e Número	7	36	10	0
Agência Pública	17	20	10	0
The Bureau of Investigative Journal	2	18	13	2

A baixa efetividade aliada às fontes não identificadas resulta em evidência moderada em 61% das reportagens marcadas com evidência moderada no TBIJ, resultado obtido a partir de cruzamento de dados.. O mapeamento do subindicador *efetividade* indicou que o *The Bureau* apresenta um percentual significativo de linkagens que não funcionam – 43% foram cotados como efetividade moderada, enquanto Pública e Gênero e Número, respectivamente, registraram 8% e 4% nesta categoria. O ponto positivo é que a Agência Pública tem 83% de suas reportagens com efetividade muito forte e a GN, por sua vez, contém 81%. Já o TBIJ tem apenas 43% com a mesma classificação.

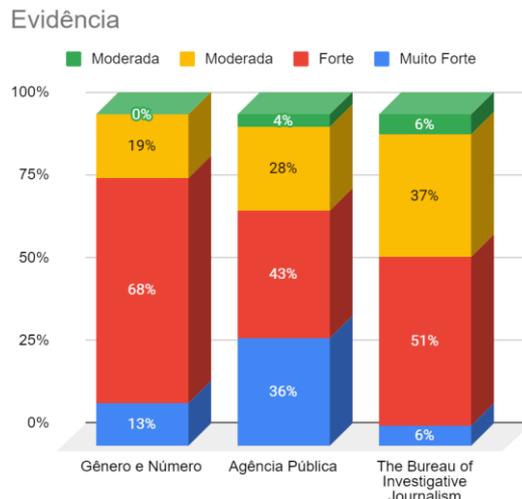


Figura 51: Gráfico da análise das agências pelo indicador Evidência.

Portanto, se observamos o resultado que inclui o somatório de incidências das cotações forte e muito forte (gráfico acima), esta vinculação engloba cerca de 81% das reportagens da GN (43) e 78% da Pública (37), mas apenas 57% do TBIJ (20) – resultado obtido através de cruzamento de dados. Mesmo com visualização cotada com muitos elementos, ou seja, visualização feita com clareza, a reportagem *The reaper presidency: Obama's 300th Drone Strike in Pakistan* – A presidência que mata: os 300 ataques de drones de Obama no Paquistão (matéria_26) – foi classificada como moderada, pois os cinco links da reportagem estão quebrados.

Até reportagens que registram método completo, e apresentam visualização com muitos elementos, têm o desempenho enfraquecido em evidência em virtude da baixa efetividade. Mesmo construída com rigor – método completo, a matéria_15 – *Revealed: the private firms tracking terror target at heart of US drone wars* – Revelado: as firmas privadas que rastreiam alvos terroristas no centro da guerra americana dos drones – tem evidência moderada. Outros exemplos são *Joint Enterprise: a definition* (matéria_19) e *Get the data: joint enterprise* (matéria_20), que oferecem dados abertos, mas os links que dão acesso aos documentos não funcionam, ou seja, a verificação não é viável.

A identificação sistemática das fontes está expressa em 19 dos 32 códigos deontológicos (FIDALGO, 2000) e, consoante Kovach e Rosenstiel (2003, p.140), reforça a credibilidade da informação – ao contrário do insuficiente comentário do tipo “fontes disseram”. Informações sobre medicamentos sem referência à origem da informação na matéria_35, *Stretched, secret supply chains hole Covid-19*

patients' lives in the balance – Cadeia de abastecimento secreto sobrecarregadas colocam vida de pacientes de Covid-19 em risco, comprometeram a evidência no TBIJ, também impactada pela ausência de dados abertos. Com indicação de método completo, a matéria perde em transparência e acaba sendo classificada como de evidência moderada.

Entre as dez reportagens reputadas como moderadas na Pública, 40% apresentam fontes não identificadas e 30% não trazem dados abertos, o que impinge resultado desfavorável ao indicador *evidência*. Com método classificado como parcial – por falta de diversidade, ausência de metodologia e poucas fontes complementares –, a reportagem da Pública *Governo gastou mais de R\$30 milhões em rádios e TVs de pastores que apoiam Bolsonaro* (matéria_8, de 15/06/2020) foi avaliada como moderada. Embora exponha o assunto amplamente nas visualizações, não abre os dados e traz informações sem referenciar a origem. Em oposição, a matéria_27 da Pública, *BNDES fez empréstimo para outras empresas que vendem armas; banco nega irregularidade*, publicada em 01/08/2019, não há sequer uma visualização – ocorrência incomum no *corpus* analisado das três agências. A ausência de dados reforça o perfil de evidência moderada.

Embora a análise de conteúdo tenha apontado como a GN se aplica em desenvolver visualização original e transparente, trinta de suas reportagens têm poucos elementos visuais. Dentro desse universo, 81% das matérias cotadas com evidência moderada foram construídas com o mesmo padrão, ou seja, visualização escassa. Essa limitação, associada à presença de fontes não identificadas, é o que permeia o quociente de matérias com evidência moderada no *corpus* da GN, que, cabe ressaltar, oferece dados abertos em sua completude. Alguns exemplos desse paradigma são as reportagens *Cidades onde mulheres são maioria na Câmara não refletem emancipação feminina na política* (matéria_41), de 20/09/2016, e *A era Maria da Penha em cinco dados contextualizados* (matéria_45), de 25/11/2016.

O somatório de reportagens cotadas com evidência forte e muito forte projeta a GN como a agência com mais evidência seguida da Pública – respectivamente 81,11% e 78,72%. O TBIJ não tem nenhuma reportagem classificada com muito forte em função da efetividade pouco eficiente, enquanto a análise mostra que 57% de sua produção apresenta grau forte de transparência. Ao observamos o comportamento deste universo de matérias no *The Bureau* fica evidente que todas oferecem dados abertos e efetividade forte ou muito forte – ou

seja, acima de 75% dos links funcionam. Entretanto, o que desequilibra, mais uma vez, são as fontes não identificadas presentes em 65%.

Nenhuma perfaz uma combinação com máxima pontuação. O subindicador *fonte não identificada* tem natureza negativa e subtrai um ponto em 13 das 20 reportagens cotadas com forte evidência – calculado a partir do resultado percentual do número de fontes não identificadas em relação ao total de fontes. Um exemplo desta condição é a premiada *A National Scandal: 449 people died homeless in the last year* – Um escândalo nacional: 449 pessoas morreram na rua no ano passado (matéria_3), que registra duas fontes sem referência entre um total de 11 fontes, ou seja, um percentual de 18%, que corresponde a ruim (até 50%).

Com perfil bastante diferenciado, a Pública registra apenas três reportagens com fontes não identificadas entre 17 cotadas com evidência muito forte (matérias_12;_16 e 18) – e apenas uma não abre os dados (matéria_19). As três têm alta performance nos subindicadores fontes dados e outras fontes, incluindo visualização com alguns ou muitos elementos e efetividade forte ou muito forte, o que não compromete a transparência. A matéria_12, *Em duas semanas, número de negros mortos por coronavírus é cinco vezes maior no Brasil*, traz links para documentos e dados organizados em um mapa e seis gráficos. Já a matéria_16, *Brasil tem milhões em grupo de risco para coronavírus*, deixa de informar a origem de duas das nove fontes complementares. No cômputo geral, recebe a avaliação positiva porque tem 75% de efetividade e sete gráficos em que o recurso do volume transparece o alto nível de interações e mortes diárias.

Na comparação entre reportagens pontuadas com evidência forte na Pública, destaca-se o fato de o desequilíbrio recair na presença de fonte não identificada e uma variação na avaliação de visualização – 60% com poucos elementos visuais e duas sem nenhuma visualização (matérias _22 e _40). Se todas oferecem acesso a dados, é notável que das 20 matérias cotadas com evidência forte, 30% receberam cotação moderada, pois oferecem poucos links com acesso para documentos. Isso revela o quanto o grau de transparência a partir dos dados abertos impacta o valor da evidência.

As sete matérias da GN classificadas como muito fortes em evidência atendem ao melhor padrão dos subindicadores e mostram uma uniformidade. A sutil diferença na visualização não impacta o resultado: as matérias_34,_36 e 51 têm alguns elementos e as matérias_20, 31 e 50 trazem poucos elementos. A

matéria_5, *Segunda categoria mais beneficiada pelo auxílio emergencial, trabalho doméstico perde 1,5 milhão de postos de trabalho*, revela esse padrão também na cotação de método completo. É construída com dados oficiais e outros oriundos da LAI e oferece link para seis documentos, conta com sete fontes complementares, quatro gráficos bem planejados, não tem nenhum link quebrado e nenhuma fonte não identificada.

Há uma oscilação entre as 36 reportagens mensuradas como fortes no *corpus* da Gênero e Número. Na análise, despontam algumas peculiaridades. Cabe frisar que, independentemente das variadas combinações no somatório dos subindicadores, todas as 53 matérias da GN oferecem acesso aos dados. Apenas duas reportagens têm baixa efetividade: as matérias_25 e _26 têm, cada uma, quatro links quebrados, ocorrência rara na GN. O percentual de efetividade, respectivamente, é de 33 e 43%. Mas entre as 34 restantes, 19 têm percentual acima de 85% e 15 acima de 75%.

Apenas onze contam com fontes não identificadas com mensuração -1, ou seja, um percentual em relação ao total de fontes que varia entre 10 e 50% (ruim), a saber: 10% (matéria_32), 17% (matéria_48), 20% (matéria_22), 25% (matérias_40 e 42), 29% (matéria_52), 33% (matérias_10 e _21), 40% (matéria_9), 46% (matéria_12) e 50% (matéria_14%). Vale lembrar que a mensuração pode ser -2 (muito ruim) e -3 (péssimo).

Os subindicadores fontes dados e outras fontes apontam uma supremacia de cotações forte (3) e muito forte (4) em respectivamente 18 e 20 reportagens. Em termos de fontes dados, do conjunto de 18 marcadas com evidência forte e muito forte, apenas sete não dão acesso a documentos. Entre as que propiciam maior acesso estão as que contam com link para uma grande quantidade de documentos, como as matérias_6, _23 e _32, que direcionam o leitor para, respectivamente, oito, onze e treze documentos digitalizados. Como já observamos, apesar de a GN se destacar em suas visualizações, apenas doze das 36 matérias reputadas com evidência forte têm alguns elementos (oito) e muitos elementos (quatro).

Desse quadro, depreendemos que, no equilíbrio de forças, alta efetividade e baixa presença de fontes não identificadas foram preponderantes para tornar efetiva a transparência. As fontes dados e outras fontes contribuem sobremaneira, mas, curiosamente, a visualização não desponta como um dos fatores com mais peso nesta conta que nos revela o grau de evidência e de transparência nas reportagens

das agências. Mas, como atesta Simon Rogers (2013), uma visualização feita com excelência certamente sobressai e colabora para tornar transparente a informação.

4.11. Análise por Categorias

Sob inspiração etnográfica, buscamos expandir a percepção apreendida no percurso da análise de conteúdo através do método da entrevista em profundidade. Com perguntas semiestruturadas, a abordagem teve como objetivo levantar respostas sobre as rotinas para compreender melhor os processos, identificar contradições e chegar a inferências distantes da quantificação ou da representação estatística (DUARTE, 2005, p.62). Como observa Duarte (2003), este método qualitativo requer, de preferência, “poucas fontes, mas de qualidade, a muitas, sem relevo” (p.68).

A seleção dos treze “informantes-chave” (DUARTE, 2005, p.70) passou pela observação prévia do lugar na produção das reportagens. Além de contar com depoimentos de três editoras-chefes das agências³⁰¹, a lista incluiu editores-repórteres, repórteres e outros profissionais que complementam as equipes, dentro da perspectiva multimídia do jornalismo de dados – uma designer e uma socióloga com mestrado em estatística, na equipe da GN. Como fonte complementar, foram entrevistados uma repórter colaboradora do TBIJ e o editor de meio ambiente do jornal *The Guardian* – que firma parcerias com o *The Bureau* (ver *corpus*).

A aproximação das afirmações com as percepções obtidas a partir da análise de conteúdo contribuiu para afinar as categorias encontradas. A saber: *verificação como fator de precisão, rigor na coleta, valor documental e checagem ao alcance do leitor*. Como é possível atentar, de antemão, as duas primeiras dão conta dos métodos de produção e perpassam a questão da confiabilidade dos dados. A terceira nos remete ao impacto gerado pela interação criada pelos acesso aos dados e a última traz, em seu cerne, a hipótese da tese, ou seja, a possibilidade de verificação a partir da transparência das fontes abertas.

³⁰¹ É fator relevante que três mulheres conduzem as agências no papel de editoras-chefes – Rachel Oldroyd, do TBIJ, encontrava-se de licença na ocasião da entrevista. Embora seja um dado importante, deve-se assinalar que a presente pesquisa não abarca os estudos de gênero – um campo teórico extenso que vai além do foco desta investigação.

4.11.1. Verificação como fator de precisão

Verificar a informação é uma das regras básicas que permeiam a rotina profissional. Surge explícita nos códigos que normatizam a profissão (CORNU, 1994; BERTRAND, 1999; JONES, 1980; CHRISTOFOLETTI, 2011; CHRISTOFOLETTI et al., 2012). Uma revisão de 30 códigos deontológicos de países em cinco continentes, organizado pelo Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), consolida este procedimento³⁰². “Verifique e verifique novamente” orienta o cláusula “Aumentando a precisão” no Código de Conduta Ética para Radiodifusores da Tanzânia (OBJETHOS, 2010a). Ao abordar o jornalismo de dados, Howard (2014, p.4) sublinha que é condição *sine qua non* confirmar informações com as fontes – “sejam estas pessoas ou dados” – e, dessa forma, acentuar a construção de narrativas verdadeiras.

O jornalismo de dados fornece evidência de uma forma que não era possível no passado e aumenta a credibilidade e a confiança. Abrir a metodologia e a forma como trabalhamos contribui para isso. Mas, na verdade, devemos examinar todas as fontes. Os dados são uma fonte (LUCERO, 2019)³⁰³.

Foi possível identificar, na maioria dos depoimentos, essa perspectiva no que tangencia o processo de produção no jornalismo de dados. Os profissionais compreendem que a credibilidade da informação está intrinsecamente relacionada à verificação. Charles Boutaud mencionou, de forma recorrente, o termo “*flaw*” – palavra comum no mundo do *big data* que se traduz por imperfeição ou falha –, e destacou como faz “*thorough fact-checking*”, que na tradução significa verificação minuciosa. Editor de dados do *Bureau Local* do TBIJ, o jornalista canadense afirma que a equipe é “extremamente rigorosa” na checagem e explicita como é a rotina:

(...) não podemos cometer erros nas histórias porque fazemos uma verificação completa. Então, Gareth compõe uma guia (no Excel) e obtém os dados. Verifico todos os dados que ele colocou na primeira guia se estão de acordo com (a informação) que o conselho nos deu. E, então, temos a guia com o resumo final, e as pessoas poderão verificar essa guia que provavelmente

³⁰² Coleção objETHOS de Códigos Deontológicos. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2012/09/colecca7acc83o-objethos-de-coccc81digos-deontolocc81gicos.pdf>. Acesso em 09 set. 2020.

³⁰³ No original: *Data journalism provides evidences in the way we were not able to do in the past which increase the credibility and trust. Opening methodology and the way we work comes to that all. But, in truth, we should scrutinize any sources. The data is a source* (LUCERO, 2018).

coloquei no *Github*. Podemos escolher (uma guia) e ver se o resultado é exatamente igual aos dados brutos; portanto, fazemos o *fact-checking* talvez nos códigos, manualmente, para ter certeza de que no código os resultados estão corretos. Em seguida, a pessoa que verificar a cópia final se certificará de que os números na cópia são os mesmos que no resumo. Provavelmente, são três níveis de verificação (BOUTAUD, 2019).

Importante destacar que nem todos os jornalistas entrevistados têm a habilidade de raspar dados; portanto, contam com o trabalho em parceria. A composição de equipes multimídias é comum neste segmento (PARASIE & DAGIRAL, 2013; CANAVILHAS et al., 2016; HERMIDA & YOUNG, 2019). Na GN, por exemplo, Natália Leão – socióloga, com mestrado em estatística – compõe a equipe multimídia e dá suporte aos jornalistas. Na Pública, tem surgido mais interesse entre o reportariado, mas, durante as entrevistas com a equipe, o editor de dados, Bruno Fonseca, foi citado várias vezes como “a pessoa que pode responder” a assuntos mais específicos.

Ao discorrer sobre métodos de trabalho, os jornalistas pontuaram que os dados geralmente são um ponto de partida na apuração que inclui entrevistas e coleta de documentos – de fato, a análise de conteúdo revelou poucas reportagens que não citam fontes complementares para além dos dados. Paul Bradshaw (2017) destaca que raspar dados nem sempre é uma solução viável. Diretor do mestrado em Dados, Multiplataforma e jornalismo móvel, ele lembra de uma recomendação recorrente na lista de emails dos jornalistas associados ao NICAR (*National Institute for Computer Assisted Reporting*): recorrer ao *FOI - Freedom of Information*, que corresponde à Lei de Acesso à Informação – ou simplesmente usar o telefone (BRADSHAW, 2017, p.449).

Da mesma forma que o conceito de jornalismo de dados é cercado por visões peculiares (ver subcapítulo 3.3, *A epistemologia do jornalismo de dados*), há um espectro de visões dentre os profissionais que atuam neste segmento (HERMIDA & YOUNG, 2019) – uma realidade que as entrevistas confirmaram. Até mesmo Charles Boutaud e Bruno Fonseca questionam a nomenclatura *jornalista de dados*. Gareth Davies, da editoria *Bureau Local*, do TBIJ, se define como “um jornalista cujo trabalho muitas vezes envolve dados”. E Maeve McClegham expõe um pensamento que encontra eco nas entrevistas concedidas durante a pesquisa aqui relatada:

Quando começamos a equipe, o meu cargo era jornalista de dados. Mas, então, foi alterado para jornalista como um reconhecimento de que a maioria dos jornalistas lida com alguns dados, mas também o que fazemos é mais do que apenas lidar com dados. O que fazemos vai além disso; falamos com as pessoas. O termo *jornalista de dados* está relacionado a fazer gráficos e planilhas. Estamos analisando as tendências sociais e o impacto dos cortes de orçamentos. Acho que, no início, no *Bureau Local*, tivemos essa discussão. Dados são tudo. Não se trata apenas de números e planilhas (McCLEGNHAM, 2019).

Giulliana Bianconi reflete sobre a questão da expertise:

Tem um ponto que a gente tem olhado com muita atenção mesmo que é a questão geracional (...) há uma certa expertise, gente jovem que trabalha com muita desenvoltura (...). Só que este é um ponto; porque agrega muito você ter um olhar experiente. Nesse momento, a gente tem a Sanny Bertoldo como editora. A Sanny trabalhou quase 20 anos no O Globo³⁰⁴. É a pessoa com a maior faixa etária na equipe e com mais experiência. Cara, foi muito bom no ano da pandemia ter a Sanny como editora. É claro, ela não tem várias outras coisas desta geração nova. Mas isso pra gente foi um aprendizado superimportante, da necessidade desta composição geracional equilibrada (BIANCONI, 2021).

Se Hermida e Young (2019, p.91) percebem como o hibridismo presente na rotina do jornalismo de dados impõe uma postura *newshound-techie* – de caçador de notícias com domínio computacional, as entrevistas apontam a checagem como outro fator crucial. O editor de dados da Pública, Bruno Fonseca, traça um amálgama entre o trabalho de *fact-checking* e jornalismo de dados. Foi a experiência no projeto Truco da Pública (checagem de conteúdo publicado na internet e redes sociais realizada entre 2014 e 2018) que fez Fonseca associar o trabalho de checagem ao jornalismo de dados no que perpassa exatamente a metodologia da verificação. A seção *Dados* foi criada em 2019 e incorporou reportagens publicadas anteriormente.

Acho que isso foi caminhando junto, a checagem e o jornalismo de dados que ganhava cada vez mais espaço. (...) a gente ajudou a formatar as metodologias porque, na checagem, a gente era obrigado a retirar dos dados. Não podia dizer que o político estava mentindo ou exagerando, deturpando um dado sem falar de onde tirou. Então, eu acho que serviu como uma base

³⁰⁴ O jornal O Globo é um *quality paper* fundado em 1925. Segundo a Wikipedia, tem orientação conservadora e uma das maiores tiragens do país dentro do grupo de veículos de referência no Brasil. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Globo. Acesso em 15 set. 2021.

metodológica para o tipo de jornalismo de dados que a gente faz. 100% transparente sobre os dados que a gente fala. (...) E a gente não considera dados só número. Qualquer documento, comunicado, ofício, ata de reunião, tudo isso é dado. (...) Declarações, por exemplo, como “nunca me reuni com não sei quem”, “nunca participei de tal empresa”, essas coisas eram checadas com fichas societárias de empresa, uma ata de uma reunião (FONSECA, 2021).

Os “três níveis de verificação”, como expôs Charles Boutaud, também são adotados na Pública e na GN. Um erro despercebido na elaboração de uma planilha será notado na conferência feita por outro repórter. “Por isso, é tão importante ter mais de duas pessoas olhando a base para validar”, resume Natália Leão da GN. No processo de produção, Natália, Marília e Vitória mencionaram também o valor da checagem das visualizações, que apontou erros corrigidos antes da publicação. Thiago Domenici, por sua vez, recorda-se da checagem na produção da reportagem *Negros são mais condenados por tráfico e com menos drogas em São Paulo*³⁰⁵, cuja publicação foi suspensa quando se verificou margem de erro de 10%. Depois de uma revisão, a margem de erro caiu para 2%, e a matéria foi publicada.

Domenici observa que o caos informacional resultou em “um passo para trás” com o trabalho de *fact-checking* das notícias. Mas, como ele sublinha, a verificação existe desde a origem do jornalismo. Uma rotina profissional “óbvia” que o profissional encara com noção de responsabilidade: “não publico se não tiver certeza de que o dado está correto. Eu não gosto de supor em reportagem, um desrespeito com meu trabalho e com quem está lendo”.

4.11.2. Rigor na coleta

“Dane-se o dado”. A afirmação de Natália Viana, editora-chefe da Agência Pública, precisa ser contextualizada. Natália – mais uma entre os entrevistados a contestar o rótulo *jornalista de dados* – compreende que o que importa é a história: “os documentos e o dado são instrumentos que vão te contar uma história; o que importa é que os dados te ajudem a fazer a investigação e chegar o mais próximo possível do que aconteceu”. Para ela, o repórter experiente sempre encontrará caminhos para apurar.

³⁰⁵ Esta reportagem, embora apresente visualizações com dados, não se encontra na seção *Dados* da Pública, portanto não faz parte do *corpus* analisado.

A exemplo da verificação, os códigos deontológicos assinalam o rigor como elemento primordial na produção da notícia (CORNU, 1994; BERTRAND, 1999, JONES, 1980; CHRISTOFOLETTI, 2011). “O rigor no gerenciamento de dados para alcançar uma informação completa” é citado no artigo 2º do Código de Ética do Fórum de Jornalismo Argentino (FOPEA, 2006). E, no processo de apuração, é a seleção de fontes primárias e referenciadas que vai determinar a qualidade da informação (TAMBOSI, 2004, PEUCER, 2004; ETTEMA & GLASSER, 1985; SEQUEIRA; 2005; LOPES & PROENÇA, 2003, PINTO, 2000; FIDALGO, 2000; SCHMITZ, 2011).

O jornalismo de dados envolve novos métodos na busca por informação e descobertas que favorecem o interesse público (VASCONCELOS, 2014; COHEN et al., 2011; PARASIE & DAGIRAL, 2013, CHARBONNEAUX & GKOUSKOU-CHIANNAKOU, 2015; FELLE, 2015). Entretanto, a rotina enreda situações desafiantes que atravessam o processo de coleta de dados. Nas entrevistas, um imbróglgio aludido foi a questão da confiabilidade do banco de dados, ou seja, uma questão inerente à fonte de informação acessada .

Enquanto detêm a autonomia para raspar dados acessíveis em portais de transparência, plataformas oficiais ou oriundos de relatórios, documentos ou obtidos através da LAI (Lei de Acesso à Informação) ou *FOI (Freedom of Information)*, os profissionais não se eximem de refletir sobre quem constrói os dados. “A gente tem que ter uma visão para dados desconfiada” resumiu Natália Leão, socióloga que ocupa o lugar de analista de dados na GN e organiza o banco de dados da agência por temas. Megan Lucero, diretora do *Bureau Local*, expõe reflexões que foram pontuadas pelos demais jornalistas:

(...) devemos pensar sobre quem está coletando esses dados (...), como (as informações) estão sendo coletadas. Muitas vezes, não reconhecemos que os dados são feitos por instituições que muitas vezes não são confiáveis. Por exemplo, a forma como as pesquisas falharam em refletir com precisão o referendo (do Brexit) ou as campanhas eleitorais (no Reino Unido). Acho que nosso trabalho como jornalistas é garantir que, seja qual for a fonte de informação, devemos examinar minuciosamente (LUCERO, 2019).

Antes de assumir a edição do *Bureau Local*, no TBIJ, Megan Lucero chefiou a equipe de dados do jornal britânico *The Times*, que desistiu de fazer projeções sobre o resultado eleitoral em 2015 porque considerou as amostragens disponíveis

sobre intenções de votos insuficientes e pouco confiáveis. Ao escolher “apenas dados nos quais confiavam”, *The Times* criou uma metodologia para avaliar apenas os fatores que influenciaram a vitória aos conservadores – quando a previsão apontava o partido trabalhista como vencedor. Em artigo publicado no livro *Data Journalism: inside the global future* (FELLE et al., 2015, p.103), Lucero sintetiza que a essência do jornalismo não pode ser esquecida: “temos que examinar de forma crítica no que podemos confiar e ser honestos sobre o que encontramos”,³⁰⁶.

Essa noção de responsabilidade no trabalho de compilação dos dados foi um pensamento comum expressado nas entrevistas. Encarado como um fazer jornalístico central dentro da profissão, de acordo com os profissionais, exige grande nível de organização. Como um procedimento recorrente, editores e repórteres afirmaram ter como prática encaminhar planilhas para especialistas para confirmar a natureza de seus achados. O conhecimento sobre os temas abordados é um fator que converge na percepção de imprecisões. Mas, mesmo com expertise em estatística e desigualdade social, Natália Leão revelou que tira dúvidas com seus pares. Mesmo procedimento adotado por Alexandra Heal, do TBIJ:

Pego os dados, analiso os dados. Em seguida, resumo o *lead*, que engloba a maioria dos pontos-chave que descobri com esses dados. A próxima coisa importante é ligar para especialistas para saber se faz sentido para eles, se eles acham que está correto ou estranho. Para ver se eles acham que parece certo. Acho que é a melhor coisa que você pode fazer para verificar o que descobriu. E tentar encontrar estudos de caso que exemplificam e humanizam os dados. Com quem isso aconteceu? Como é para eles? Que fatos causaram (o problema)? (HEAL, 2019).

Andrea Dip, editora e repórter da Pública, acrescenta que é fundamental “trazer as incertezas de uma maneira honesta”, especialmente quando se trata de dados subnotificados. Mas Bruno Fonseca reconhece que, por vezes, é preciso desistir. Ele cita obstáculos na coleta de dados sobre a Covid:

Você tem um estado que registra melhor as mortes por Covid do que outro que tem menos gente, (...) , que faz menos testes. E aí você tem um estado que sai muito pior do que outro e que pode ter a mesma quantidade de mortes, mas é um governo pior. Faz menos teste. E aí os dados te dão uma visão distorcida da realidade. (É preciso) Sempre dar documentos. Você precisa ser

³⁰⁶ Tradução da autora para “(...) *the essence of journalism cannot be forgotten. We must critically examine what is trusted (...); and be honest about what we find.*”

muito cuidadoso para entender o contexto em que (os dados) são produzidos e se isso afeta o estado final da conclusão que você vai chegar (FONSECA, 2021).

Peso amostral, variáveis, e número de não resposta são recursos que testam a confiabilidade, destaca Natália Leão, da GN. São procedimentos adotados nas ciências exatas por estatísticos que usam critérios para análise representativos. Estar cansado não contribui para a atenção que o trabalho requer e aumenta a chance de erro na coleta, adiciona. Na montagem de banco de dados oriundos de informações obtidas através da LAI ou do FOI (*Freedom of Information*), Boutaud, do TBIJ, explicita as estratégias para alcançar o rigor necessário, depois de fazer a ressalva de que confia mais em dados abertos porque “você precisa saber que pode confiar nos números que está coletando”.

Se você quiser usar o *FOI* para construir um banco de dados, você tem que ver os dados que foram publicados naquele tópico, qual é o enquadramento ano a ano (...) idealmente, você deve obter dados trimestralmente. Você pode criar anos ou exercícios financeiros como desejar. (...) Quando tiver um *FOI* que você precisa enviar para 300 autoridades, envie para cinco ou seis para ver se os resultados voltam da maneira que você espera, se você vir que algumas perguntas podem ser reformuladas para trazer mais esclarecimentos, mude seu *FOI*. (...). Gareth é tão bom nisso. Ele recebe respostas de *FOI*, coloca num *google drive*, nomeia. Então, se eu precisar voltar a qualquer ponto da investigação, não está no email dele, está no *Google Drive*. Eu posso ver os dados claramente. (...) E, então, terei uma segunda aba (na planilha Excel) com os dados limpos, talvez mudando o nome das categorias que queremos (...) Então, faríamos isso com a aba limpa, mas nunca com a matéria-prima. Sempre há um lugar onde mantemos cada resposta individual. O lugar onde colocamos todos os dados juntos, e os mantemos exatamente como eles (os órgãos) nos dão. O processo completo que você pode seguir a partir da resposta, juntando tudo, limpando e resumindo também está em uma guia diferente (BOUTAUD, 2019).

No passo a passo da construção da reportagem, a equipe pode partir de um tema ou encontrar a pauta em um banco de dados oficial ou naquele que foi organizado pela própria agência, seguindo a ótica do jornalismo guiado por dados. Diferenciar o caráter das matérias – ou mesmo por que algumas reportagens com dados e gráficos não se encontram nas seções destinadas a este tipo de produção tanto na GN quanto na Pública – foi uma pergunta que os próprios profissionais não

conseguiram explicar com precisão (ver subcapítulo 3.3, *A epistemologia do jornalismo de dados*).

Natália Leão exemplifica como se dá a rotina do jornalismo guiado por dados praticado na Gênero e Número:

Os repórteres com as editoras vão lá, olham a base. Eu tenho um documento em que eu descrevo qual é a base de dados, qual o conteúdo ali. Normalmente, eles olham só este documento. Não precisam olhar a pasta inteira. Na reunião, se decide que é preciso recorrer a este ou aquele dado. A partir daí, eu vejo. Já tem na pasta, mas não tem atualizado. Precisa baixar. (...) eu baixo os dados, olho primeiro o dicionário de dados e abro o banco e vou conferindo. (...) Então, tem que primeiro olhar aquela base de dados e depois começar a gerar as tabelas. Aí passo para a repórter que está escrevendo. Aqui estão as tabelas. Vão conferindo aí. Aí a Marília (designer) entra olhando: “eu preciso do dado desse jeito, não preciso do percentual aqui, também preciso do dado bruto para eu fazer esta arte, eu preciso do dado bruto” (LEÃO, 2021).

A qualidade da informação também se materializa na produção da visualização. A verificação do trabalho de visualização é primordial para um resultado final preciso. Faz parte da rotina checar também gráficos, tabelas e outros formatos visuais, como expuseram Bruno Fonseca, da Pública, e Marília Ferrari, da GN.

Eu me sinto muito segura de trabalhar com dados, mexer nos dados, mexer nessas bases, sabendo que depois a Natália vai olhar, vai fazer uma checagem daquilo, uma revisão. As jornalistas muitas vezes pegaram erros meus visuais, de trocar informação, tipo este número está no lugar errado. E sobre a base, a Gênero e Número tem uma responsabilidade muito grande de buscar dados confiáveis. Limpar dados de uma forma muito responsável. Pegar erros e entender o que fazer com aquilo (FERRARI, 2021).

“Observação, documentos e entrevista” – a santíssima trindade – ainda respalda a noção de objetividade e de evidência (McGILL apud ANDERSON, 2018a). Na coleta, os repórteres buscam documentos e interrogam os dados. Uma regra de ouro a ser seguida é a de evitar “torturar os dados” – uma armadilha identificada e pontuada nas entrevistas. A apuração não pode pretender alcançar um ângulo desejado; é preciso “ser rigoroso para ter certeza que você está chegando ao verdadeiro ponto de vista”, afirma Megan Lucero. Natália Leão diz que já foi categórica com a equipe: “gente, isso não dá para usar, esquece esse dado. Não dá

para fazer”. Para Megan Lucero, mais do que jogar os dados na internet, o futuro do jornalismo de dados – “e o próprio jornalismo” – é aproveitar seu *modus operandi* para contar histórias com precisão (LUCERO, 2015, p.107). A jornalista Hazel Sheffield, que trabalhou como colaboradora e fez parceria com Gareth Davies, corrobora esta visão, mas pondera: “tenho certeza de que Mark Zuckerberg terá uma ideia diferente sobre para que servem os dados”.

4.11.3. Valor documental

As hemerotecas – que existem para guardar jornais e revistas – atestam que o jornalismo impresso sempre teve valor documental. Com o advento do arquivo digital, a Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro, oferece aos usuários acesso a periódicos digitalizados. Em sua página, há links para 55 bibliotecas digitais ao redor do mundo – quatro no Brasil. Que o jornalismo é uma valiosa fonte documental, não é novidade; foi, na verdade, potencializado pela internet. Entretanto, o trabalho de organização em planilhas de dados oficiais oriundos de portais, obtidos via LAI ou FOI potencializa esse viés documental. Documentos digitalizados acessíveis a partir de hiperlink e informações compiladas sobre temas do interesse público adquirem caráter não só de evidência; tornam-se registros consolidados facilmente utilizáveis, por exemplo, por autoridades, legisladores ou ativistas.

A memória é uma das características do jornalismo na *web* ao lado da hipertextualidade, da interatividade, da multimídia ou convergência das mídias, a personalização do conteúdo e a instantaneidade do acesso (SLAVERRÍA, 2003). À luz de pressupostos teóricos de Palácios, Aguiar salienta o potencial de armazenamento de informação de forma “múltipla, instantânea e cumulativa” nas plataformas digitais:

A memória, a quinta característica do jornalismo na *web* (...) assinala que se tornou possível acumular uma infinita quantidade de informação em sistemas de arquivamento digital (...) tanto do ponto de vista técnico quanto do econômico. A tecnologia digital, por admitir ilimitada capacidade de memória, além de garantir a perenidade e a rápida acessibilidade, permite a disponibilização on-line de todas as notícias produzidas, que passam a ser armazenadas em bancos de dados com métodos sofisticados de indexação e recuperação de informação (AGUIAR apud PALÁCIOS, 2009, p.170).

A Gênero e Número deu um passo que solidifica esse *valor* ao criar, em agosto de 2021, o GN Hub³⁰⁷. Ancorados no *GN Minera* – uma ferramenta analítica desenvolvida pela própria organização, o projeto oferece informação orientada por dados e estruturada em formato de relatórios, a exemplo do que já é realizado pela equipe de reportagem. Como Natália Leão observa na página do GN Hub³⁰⁸, a análise de dados demonstra a dimensão das desigualdades vividas pela população e serve como parâmetro científico que pode ajudar na orientação de ações sociais.

A parceria com entidades como Sempreviva Organização Feminina (SOF) e Instituto de Estudos da Religião (ISER) para realização de levantamento de dados inexistentes favoreceu a gestação do *GN Hub*. O Iser, por exemplo, buscou a organização por reconhecer sua expertise em criar plataformas com análise de dados. O resultado foi o projeto *Religião e Poder* – que oferece dados abertos³⁰⁹. A possibilidade de utilização dos dados abertos traz transparência e beneficia processos de *accountability* quando a sociedade civil tem ferramentas para realizar prestação de contas (PARASIE, 2015).

Nas entrevistas, os repórteres assinalaram a importância dos links para documentos como evidências – que servem, inclusive, como salvaguarda contra processos. Mas também apontaram como revelações obtidas a partir da coleta de dados e organizadas em planilhas abertas ao público já foram utilizadas como documentos. Vitória Régia da Silva, da GN, observa que tornar-se referência documental é um dado que demonstra a credibilidade da agência.

Depois da publicação da reportagem da Agência Pública *Brasil registra duas vezes mais pessoas brancas vacinadas que negras* – que possui metodologia e links para planilhas –, Bruno Fonseca foi convidado para uma reunião do Conselho Nacional de Saúde que teve como objetivo pensar estratégias para a vacinação no Brasil:

Vários (gestores) já tinham lido a reportagem. Fiquei feliz porque a informação que a gente produziu serviu para fornecer dados e informações para eles decidirem as políticas, para avaliarem o que eles estão fazendo. E, claro, eles avaliam de uma forma

³⁰⁷ Disponível em <http://www.generonumero.media/hub/#minera>. Acesso em 12 ago. 2021.

³⁰⁸ O Git Hub da Pública – onde estão publicados os códigos-fonte referentes a algumas reportagens da seção Dados Abertos – encontra-se em outra página da organização. Disponível em <https://github.com/generonumero>. Acesso em 15 set. 2021.

³⁰⁹ Disponível no site do Iser: <https://religioepoder.org.br/dados-abertos/>. Acesso em 01 ago. 2021.

científica. Eles pegam os dados e avaliam o que pode ser feito. Mas, efetivamente, foi levada a um espaço de debate e de tomada de decisão (FONSECA, 2021).

A reportagem destaca esse valor ao apresentar o depoimento do advogado Daniel Teixeira, diretor do Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (Ceert) sobre o impacto da ausência de dados na elaboração de políticas públicas:

Há vários fatores que podem explicar essa alta letalidade [da Covid-19 entre a população negra]. Justamente, ter informações melhores significa a gente, inclusive, confirmar ou até excluir a importância ou relevância de cada um desses fatores, conforme o caso. Porque aí está a riqueza que os dados podem fazer”, defende Teixeira, que diz que a falta deles pode ser “desastrosa”. O pesquisador pondera que a lacuna não ocorre apenas na área da saúde e é comum no país. “A falta desse tipo de recorte pode ser um impeditivo para que a gente tenha políticas públicas que deem conta dessa situação que, historicamente, desconsidera as dimensões de desigualdades estruturais no Brasil”, diz Teixeira (MUNIZ et al., 2021).

A equipe da editoria *Bureau Local*, do TBIJ, também observou a repercussão da reportagem sobre as mortes dos sem-teto depois de levantar dados inexistentes no Reino Unido. O Departamento Nacional de Estatísticas do Reino Unido anunciou a inclusão de levantamento regular sobre mortes nas ruas do país – um primeiro passo para geração de políticas públicas. Outro exemplo: o Comitê de Habitação, Comunidades e Governo Local incorporou, em seu relatório de finanças, a denúncia sobre a venda irregular de imóveis públicos veiculada em *Sold From Under You*, da série *Local Powers*³¹⁰, que somente veio à tona por conta da reportagem.

Os dados relativos a *Sold From Under You*³¹¹ e *Dying Homeless: Counting the deaths of homeless people across the UK*³¹² foram tabulados em planilhas³¹³

³¹⁰ Twitter de Myriam Wells sobre o impacto da série *Local Powers*. Disponível em <https://twitter.com/bureaulocal/status/1164199115783380992>

³¹¹ Disponível em https://docs.google.com/document/d/1CjDSTvo_8Walp3BCBRI5RTA0T8pmHw2ZSkbJSTBHxA4/edit. Acesso em 10 nov. 2020.

³¹² Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2018-04-23/dying-homeless>. Acesso em 10 nov. 2020.

³¹³ Disponível em <https://docs.google.com/document/d/12UHUPn9-UfVEPd2i4qkGsTr7jNtqxTIyUEuQdtiQh30/edit>. Acesso em 10 nov. 2020.

que fazem parte do modelo *reporting recipe* (índice da reportagem).³¹⁴ A diretora do *Bureau Local*, Megan Lucero, que na época da entrevista era editora, acredita que o foco é revelar histórias relevantes:

(...) nosso objetivo não é criar confiança. (...) Eu acho que, se você tem a intenção de ganhar confiança, você trabalha com essa meta em mente. Nossa intenção é cobrir com precisão o que está acontecendo nas áreas e contar a verdade e poder fornecer evidências que irão melhorar a vida das pessoas; que possam ser usadas pelos parlamentares, que possam ser usadas em campanhas ou para respaldar demandas (LUCERO, 2019).

Buscar o impacto sem apelar para o sensacionalismo é uma das características da Pública, afirmou o editor Thiago Domenici. O mesmo valor permeia a fala dos profissionais da GN e do TBIJ. Em 2019, o TBIJ criou a função de editor de impacto. *Newsletters* enviadas a leitores e *posts* no twitter fazem parte da estratégia para ressaltar esse compromisso. Apesar da orientação, a editora-chefe, Rachel Oldroyd, preocupou-se em diferenciar a agência de organizações ativistas como *Human Right Watchers*, *Guardian Witness* e *Greenpeace*.

Na verdade, a filantropia com foco no jornalismo quadruplicou desde 2009. As fundações são responsáveis por 43% do faturamento do setor sem fins lucrativos estabelecido pelo índice anual 2019 realizado pelo *The Institute for Nonprofit News* (INN)³¹⁵. Endossar o impacto é uma medida do sucesso da organização e, portanto, uma rota para obtenção de suporte financeiro de fundações e empresas que apoiam o jornalismo de interesse público. Em 2018, Christopher Hird, ex-editor-chefe do *Bureau*, já havia publicado um longo relatório sobre o impacto do jornalismo com alguns estudos de caso, incluindo *Watergate* e o projeto premiado *Drone Warfare* – sobre o uso de drones nos ataques americanos a alvos terroristas no Afeganistão, Somália e Iémen no período de 2010 a 2020. Após a publicação do documento, o TBIJ recebeu uma doação de US\$900.000 da instituição filantrópica *Luminate* de Pierre Omidyar³¹⁶.

³¹⁴ Disponível em

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1iG6X7OE7JvcN8xltOm50KgX3xmN5ynvx0cqxAJLOpmE/edit#gid=0>. Acesso em 10 nov. 2020.

³¹⁵ Disponível em *Journalism Grantmaking: New Funding, Models and Partnerships to Sustain and Grow the Field*, set. 2019. Disponível em <https://mediaimpactfunders.org/reports/journalism-grantmaking-new-funding-models-and-partnerships-to-sustain-and-grow-the-field/>. Acesso em 10 nov. 2020.

³¹⁶ Pierre Omidyar é um programador de software e fundador da Ebay.

Um estudo³¹⁷ recente revelou o nível de interferência e restrições impostas na relação entre fundações e agências de notícias sem fins lucrativos. A partir de 40 entrevistas com colaboradores e fundadores, a pesquisa aponta que os apoiadores priorizam programas de engajamento, projetos voltados para a tecnologia e novas iniciativas no dia a dia das redações que vão além das práticas jornalísticas – como projetos de engajamento com o público.

No post em que se anuncia como editora de impacto, Miriam Wells procura frisar o caráter de independência da organização e seu rigor profissional, caráter endossado por Rachel Oldroyd em sua entrevista³¹⁸. Neste sentido, Natália Viana afirma que a agência não aceita trabalho comissionado por ONGs. A estratégia editorial é planejada para um período de quatro anos e, segundo ela, a reputabilidade jornalística depende da ausência de ingerência dos financiadores – condição que consta de cláusula de contrato. Bianconi, da Gênero e Número, por sua vez, assinala a importância de contar com investimento, desde o nascedouro, que viabilizou bancar o trabalho remunerado da equipe e diferenciar a GN de uma organização ativista.

4.11.4. Checagem ao alcance do leitor

Uma das razões por que a produção das agências Pública, GN e TBIJ possui valor documental é a rotina de dados abertos em uma quantidade significativa de suas reportagens. O advento das notícias online imprimiu novas características ao jornalismo, como a hipertextualidade, que possibilita a conexão entre textos e outros formatos informativos a partir de links (NOCI & SLAVERRÍA, 2003; PALÁCIOS, 2003). No II Congresso Ibero-Americano de Jornalismo Digital, em 2004, Slaverria apontou a forma como a hipertextualidade na web promove a fragmentação do texto jornalístico, que adquire camadas de profundidade documental (AGUIAR, 2009, p.167). Apoiadas no jornalismo de dados e na cultura do hiperlink, as agências Pública, Gênero e Número e TBIJ permitem acesso ao material bruto de suas matérias e, com isso, a checagem ao alcance dos leitores.

³¹⁷ Disponível em https://www.niemanlab.org/2020/01/foundation-grants-have-strings-attached-and-nonprofit-journalists-sometimes-dont-like-being-told-what-to-do-by-them/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=419. Acesso em 10 nov. 2020.

³¹⁸ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/blog/2019-07-22/introducing-the-impact-editor-a-new-role-critical-for-the-journalism-industry> Acesso em 10 nov. 2020.

Portanto, a hipótese formulada nesta tese é a de que *a transparência dos dados abertos na rotina das reportagens das agências analisadas permite a verificação dos fatos relatados e contribui para reforçar a credibilidade*. A análise de conteúdo realizada buscou verificar a efetividade desta proposta a partir do arcabouço teórico da *regra da transparência* (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.127), ou seja, o conceito do *jornalismo de verificação* com base na ideia de que uma reportagem bem construída habilitará o leitor a avaliar a informação fornecida.

Guerra (2008) pontua como os códigos deontológicos sustentam o modelo de mediação ao permitir a avaliação pública da atividade jornalística. Segundo ele, os códigos reafirmam a verdade e a relevância como indicadores de qualidade jornalística. Neste sentido, a análise de conteúdo realizada vai ao encontro do que sustenta Aguiar (2009) sobre a permanência dos critérios de noticiabilidade que apontam o que é notícia, a despeito de um possível afrouxamento provocado pela instantaneidade e abundância de informação nas plataformas digitais.

Foi possível, a partir da análise de conteúdo, responder à pergunta da pesquisa sobre o quanto o jornalismo de dados abertos praticado pelas agências Pública, Gênero e Número e TBIJ possibilita a verificação de conteúdo. Nas entrevistas, os profissionais concordam que abrir dados raspados e compilados, obtidos via LAI ou FOI ou mesmo construídos pelas equipes, converge para cultura de acesso e informação com transparência pública. A ideia é que os dados são “um direito de todo mundo” que se coaduna com a ótica do movimento *open source*. Natália Viana lembra que o surgimento da Pública se confunde com o vazamento do *Wikileaks* e percebe a importância dos dados abertos na construção de confiança junto ao leitor:

(...) O que você precisa é conquistar uma confiabilidade em que você perceba que o leitor também é ator, tem todo o direito de te questionar e todo o direito de averiguar o que você está falando. Com isso, você deixa mais transparente o seu processo e as bases que te levaram àquela conclusão. Com isso, você conquista duas coisas. Primeiro, o leitor, porque, se ele quiser ir, ele pode contrariar, alguns contrariam, questionam e atacam. Mas você permite que outros jornalistas, pesquisadores, políticos consigam ter uma visão ainda maior daquilo que você publicou (VIANA, 2021).

Autores observam como a transparência pode contribuir para instituir credibilidade a partir dessa interação passiva com o leitor (KARLSSOM, 2010;

MEIER, 2009). Assentado nos fundamentos de Tuchman, Karlsoon (2011) destaca como os rituais estratégicos adotados no método oferecem “elementos discerníveis” para o escrutínio do público (TUCHMAN apud KARLSOON, 2011, pp.180-181). Entretanto, Ward (2014, p.47) assinala que “ações transparentes podem ser antidemocráticas” e levantam questões éticas que envolvem privacidade e meandros vinculados ao relacionamento entre o jornalista e a fonte (ver subcapítulo 3.4, *A transparência nos dados*). A Pública já foi obrigada a oficializar em documento o compromisso de sigilo, como relembra Natália Viana. Andrea Dip, editora e repórter da Pública, reconhece o obstáculo:

Tem momentos em que a gente não pode fazer isso porque os dados são sigilosos. Mas se não é sigiloso acho que traz credibilidade porque mostra de onde você está partindo. Eu sou super a favor de dar as fontes primárias de informação. De chegar nas fontes primárias e contar para as pessoas que estão lendo de onde você tirou essa informação. Porque isso ajuda a legitimar o que você está dizendo. E ajuda a pessoa, se quiser, aprofundar e se quiser ir atrás de mais coisas, se quiser conhecer mais, ela tem também uma base para olhar (DIP, 2021).

Maeve McChenagham, repórter premiada do *Bureau*, responsável pela reportagem sobre as mortes dos sem-teto, aponta outro benefício: estimular o interesse na *cozinha* da reportagem pode melhorar a alfabetização da mídia. Ao descer nas camadas profundas oferecidas nas *reporting recipes* do *Bureau*, o leitor pode ter uma noção melhor dos fatos, acredita. Giullina Bianconi, da GN, por sua vez, nota que a crescente desinformação impõe desafios para as rotinas jornalísticas e na tomada de decisão nas redações. Fenômeno recente, edições de *quality papers* trazem a expressão *mentiu* em títulos de reportagens, uma construção comum no material das agências de *fact-checking*. Um exemplo é a reportagem *Bolsonaro mentiu 4 vezes em pronunciamento sobre ações contra a COVID-19*, publicada pelo jornal *Estado de Minas* em 24/03/2021³¹⁹.

O jornalismo que se orienta só pelas declarações, pelo discurso público, ele tende a reproduzir também inverdades, tende a perder a possibilidade de apresentar outros recortes ou de validar esses outros recortes. Agora, o que eu entendo é que esta discussão sobre precisão e sobre como fazer um jornalismo mais

³¹⁹ Disponível em

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/03/24/interna_politica,1249974/bolsonaro-mentiu-4-vezes-em-pronunciamento-sobre-a. Acesso em 20 set. 2021.

assertivo extrapolou esta divisão entre o jornalismo de dados e o jornalismo declaratório com esse contexto de desinformação e *fake news*. (BIANCONI, 2021)

Neste sentido, é importante lembrar como a ética *hacker* e o espírito do movimento *open source* esculpiram o ethos profissional do jornalismo de dados (TRÄSEL, 2014; LEWIS & USHER, 2014). Träsel (2017, p.103) sustenta que, neste segmento, existe uma crença na adoção de técnicas das ciências sociais e da informática no sentido de oferecer uma “objetividade disciplinar” no lugar de uma objetividade mecânica que se assenta no jornalismo declaratório. É possível reproduzir a análise feita na reportagem o que estabelece um nível de confiança. Nas ciências, a habilidade de alcançar consenso está no cerne da “objetividade disciplinar” que afirma uma unidade de conhecimento a partir de um senso de validação (MEGILL, 1994, p.6).

A repórter Vitória Régia da Silva afirma que a diretriz da GN é sempre trazer links para leis e outros documentos e expõe, na prática, um exemplo do potencial tanto da coleta rigorosa quanto da evidência como forma de verificação de narrativas verdadeiras. A informação contida na reportagem *Muito discurso e pouco dinheiro: ministério de Damares gasta apenas R\$ 2mil com mais vulneráveis na pandemia* foi contestada pela Ministra Damares Alves, que conduz o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. Como explica a repórter, a matéria focalizou no dinheiro, de fato, gasto pelo ministério e não no montante empenhado – valor divulgado pelo órgão. A reportagem traz planilhas que deixam claro o quanto foi empenhado e o quanto foi gasto. A denúncia, dessa forma, é verificável e incontestável.

Ela questionou, e a gente fez uma série de postagens no twitter falando que esses dados estão no Portal da Transparência (...). O que o jornalismo faz é um trabalho importante de monitoração do governo, mas isso qualquer cidadão pode fazer. A gente só trabalha focado nisso de outro forma. Por isso, a disponibilização dos dados é muito importante. Até porque a Gênero e Número não trabalha com a noção de que, porque a gente encontrou aquele dado, aquele dado é só nosso. Aquele dado deve ser público. Outras pessoas podem usar, devem usar. É essencial para todas as matérias. Mas acho que para as matérias que têm esse tom de denúncia, que você sabe que algumas autoridades podem querer refutar o que você está trazendo porque é igual a você apresentar um documento (SILVA, 2021).

Mas o fato é que nem todas as reportagens da seção *Dados* da Pública permitem acesso aos dados brutos (ver subindicador *dados abertos*, no item 4.7.1). E nem todas as planilhas Excel oferecidas pela GN trazem dados completos. O mesmo ocorre em relação a matérias do TBIJ – com exceção das produzidas pela editoria *Bureau Local*, que abrem os dados a partir das *reporting recipes* (índices das reportagens). A razão principal arguida pelos profissionais foram problemas organizacionais, como a equipe reduzida e a falta de tempo hábil para preparar as planilhas. Mesmo abraçando a proposta de dados abertos, a GN não oferece esse tipo de transparência em boa parte das reportagens publicadas em outras seções do site. Vitória informou que a agência está retomando esse planejamento.

A gente tem esta página de dados abertos desde que a Gênero e Número começou, mas quando a produção foi aumentando, a gente não conseguiu seguir a disponibilização daqueles dados. Mas a gente tem todos estes dados organizados na GN por pastas. Então, a gente tá fazendo agora esta retomada da coordenação dos dados. Toda semana, a Natália cobra de mandar os dados da semana, porque isso é uma diretriz importante para a gente que trabalha com dados (SILVA, 2021).

A abertura dos dados permite também a colaboração e a parceria dentro de uma filosofia que predomina no movimento *open source*. A Pública trabalha com republicadores, e GN faz parceria com instituições, especialmente com o intuito de desenvolver pesquisas próprias. O *reporting recipe* (índice da reportagem), criado pelo *Bureau Local*, é uma forma de facilitar o envolvimento de uma rede de colaboradores que participa da plataforma virtual de trabalho chamada *slack* (ver subcapítulo 4.2.3, que apresenta uma *pequena etnografia digital*).

Em se tratando de transparência, o fator que menos contribui são os links quebrados que ocorrem em algumas reportagens do TBIJ (ver subindicador *efetividade*). Na série *Beef in Amazon*, por exemplo, se os leitores tentarem acessar o link *policy procurement* em *Revealed: How the beef trade is destroying the Amazon*, o que se vê é a expressão *página não encontrada*³²⁰. Isso acontece em um artigo recente relacionado à Guerra de Drones – *The private firms tracking*

³²⁰ *PAGE NOT FOUND* após clicar em link da matéria *How the beef trade is destroying the Amazon*. Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2019-07-02/global-beef-trade-amazon-deforestation>. Acesso em 11 ago. 2021.

*terror targets at heart of US Drones Wars*³²¹. O mesmo ocorre em outros artigos e parece uma atitude descuidada diante do leitor. Links quebrados proliferam na página do TBIJ, e isso levanta a questão sobre até que ponto a agência garante a longa vida da informação como um suposto banco de dados e o quanto, de fato, o leitor pode recorrer ao material bruto que afirma disponibilizar. Cabe ressaltar que todos os links para as *reporting recipes* funcionam.

Há também uma questão a se notar: se o leitor não possui familiaridade com a cultura de dados, pode ser um desafio ler planilhas Excel ou utilizar o *GitHub*. Também é possível que haja incorreções na classificação e extração dos dados. Mas é inegável que a proposta de transparência – quando hipertexto é operacionalizado de forma eficaz – propicia como precedente a materialização da regra de transparência estabelecida por Kovach e Rosenstiel (2003). Como um dado de reflexão e questionamento, Thiago Domenici pondera sobre os limites da estratégia da transparência:

Discordo, porque não acho que isso é um fator essencial. O sujeito quer a informação. Você está mostrando para ele de onde tirou a informação, você trabalhou aquela informação, você deu a fonte daquela informação, por que o sujeito vai querer abrir a planilha bruta para confiar ainda mais naquela informação? Se o sujeito não confia nem nesse escopo aí, ele não vai confiar com a planilha. Ela vai alegar que a planilha é falsa, sei lá. Eu entendo o ponto do pesquisador, mas eu acho que, na prática jornalística, você precisa mastigar as coisas para o leitor. Não atrapalhar a vida do leitor que não tem tempo (DOMENICI, 2021).

Importante destacar que, em nenhuma entrevista, foi fornecido o percentual de acesso aos documentos. A fala de Domenici sugere possíveis limitações no processo de transparência, não somente pela ausência de dados abertos ou links em funcionamento. O processo de verificação, portanto, esbarra na vontade de o leitor descer às camadas profundas criadas pelos repórteres em seu trabalho de apuração.

4.12. Inferências: níveis de transparência

Nos processos científicos, a dúvida é o ponto de partida (MEGILL, 1994). Para a análise aqui apresentada, a proposta experimental teve origem na hipótese

³²¹ Disponível em <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2015-07-30/revealed-the-private-firms-tracking-terror-targets-at-heart-of-us-drone-wars>. Acesso em 11 ago. 2021.

de que *o jornalismo de dados abertos praticado pelas agências Pública, Gênero e Número e The Bureau of Investigative Journalism permite a verificação do teor da reportagem e, dessa forma, contribui para reforçar a confiabilidade na informação*. A fim de averiguar se essa hipótese condiz com a realidade das agências de notícias, criamos os indicadores *método* e *evidência*. Por estes critérios, conseguimos observar como funciona a regra de transparência proposta por Kovach e Rosenstiel (2003), ou seja, o quanto é evidente o esforço exercido pelos profissionais na construção de informação com qualidade. Assentados no conceito de jornalismo de verificação adotado por Kovach e Rosenstiel, os indicadores serviram como parâmetro na observação de elementos discerníveis para o escrutínio do público.

Para chegar às conclusões sobre o desempenho nas rotinas de reportagem, foram criados nove subindicadores com categorias específicas. Para medir *método*, foram definidos cinco subindicadores: *fontes dados, outras fontes, expertise, diversidade e metodologia*. Para avaliar *evidência*, foram seis: *dados abertos, fontes dados, outras fontes, efetividade, visualização e fonte não identificada*. A análise pormenorizada, lançada em planilhas Excel, buscou observar atributos relacionados às fontes de informação (origem e volume de dados e documentos coletados, e quais as fontes complementares), o nível de diversidade, ou seja, diferentes pontos de vista, a experiência profissional, a inclusão da metodologia, o quão efetivo é o acesso aos dados – com a averiguação do funcionamento de *links* – e a contribuição propiciada pela visualização.

A proposta experimental, denominada *Metodologia da Transparência* aplicada ao jornalismo de dados abertos, assenta-se na escola do *newsmaking* enquanto eixo teórico-metodológico (WOLF, 1999; TUCHMAN, 1978a). Autores que estudam o campo do jornalismo no que se refere a rotinas de produção sustentam o arcabouço teórico que guiou a criação da metodologia empregada (TRAQUINA, 2012; TAMBOSI, 2004; PEUCER, 2004; ETTEMA & GLASSER, 1985; SEQUEIRA, 2005; LOPES & PROENÇA, 2003; PINTO, 2000; FIDALGO, 2000; SCHMITZ, 2011; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; GUERRA, 2020; HAYES et al., 2007, 2008; KARLSSOM, 2010; MEIER, 2009; CHRISTOFOLETI

et al., 2012; CERQUEIRA, 2010). Ao estabelecer critérios para boas práticas, o Projeto Credibilidade³²² serviu como norte na elaboração dos subindicadores.

Para chegar ao *nível de transparência* nas reportagens, cruzamos as avaliações de método *completo* e evidência *muito forte*. À vista disso, criamos categorias com intenção de medir este grau na produção das agências. Dessa forma, foi possível mapear a premissa estabelecida na hipótese desta pesquisa. As categorias são *alta transparência*, *média transparência*, *baixa transparência* e *zero transparência*. Só para lembrar, a cotação de *método* varia entre *completo*, *parcial* e *incompleto*; a cotação de *evidência* é classificada como *muito forte*, *forte*, *moderada* e *fraca*.

A Agência Pública foi a que obteve maior transparência. Quinze das 43 reportagens da seção *Dados* foram mensuradas com melhor desempenho – *método completo e evidência muito forte*: 25% de transparência. Dentro deste parâmetro, a GN tem seis matérias classificadas com melhor performance, o que aponta 11% de nível de transparência. O TBIJ, por sua vez, tem apenas duas de 35 com cotação máxima no desempenho que une método completo e evidência muito forte, ou seja, 5% de transparência. Estes percentuais podem ser melhor visualizados no gráfico publicado como Figura 52, a seguir:

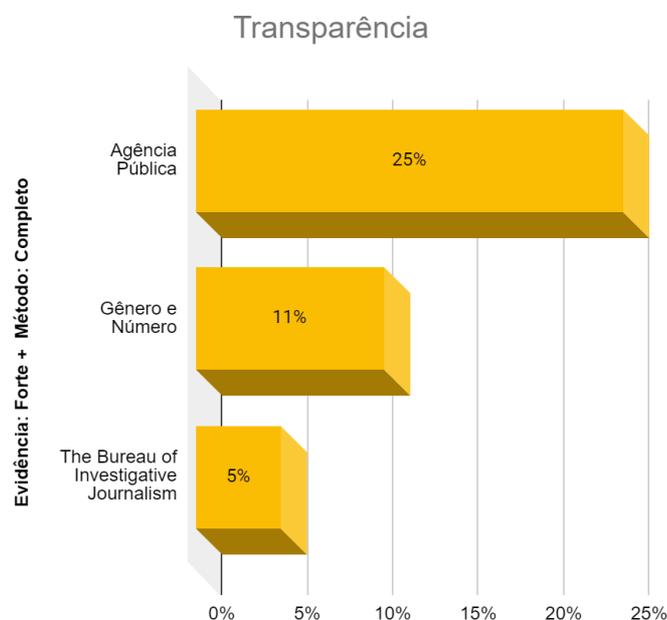


Figura 52: Desempenho das agências: o nível de transparência.

³²² Disponível em <https://www.credibilidade.org/indicadores>. Acesso em 10 set. 2020.

A metodologia experimental utilizada possibilita variadas combinações. Dessa forma, foi factível perceber nuances e compreender o que compromete e o que favorece resultados positivos e negativos na análise de conteúdo. Em se tratando de valores máximos, o gráfico acima aponta a Pública como agência que emprega melhor método e apresenta maior evidência em suas reportagens – uma performance que as análises isoladas de cada subindicador corroboraram. Alcançaram método *completo* 72% das reportagens da Pública, enquanto GN e TBIJ ficaram com índice de 34% neste quesito. Vale destacar que nenhuma pontuou como *incompleta*.

A fim de enquadrar as agências nas categorias estabelecidas, empreendemos uma análise subjetiva que levou em conta não só o percentual encontrado no cruzamento de método *completo* e evidência *muito forte*. Também consideramos o desempenho em cada um dos subindicadores implicados para observar nuances e peculiaridades na atuação de cada agência.

É notável como o subindicador *diversidade* contribui para o rigor empregado – é *muito forte* em 72% da produção analisada da Pública. Se o empenho na construção da notícia transparece na análise das reportagens desta organização, é significativa a ausência de metodologia em 35% das 34 reportagens *completas*. Mas a eficiência apurada nos demais subindicadores (fontes dados, outras fontes e diversidade) indica como a completude no processo de apuração é importante para a qualidade e, por conseguinte, para a possibilidade de verificação. Em termos de *fontes dados*, por exemplo, 80,85% dão acesso a documentos (em 38 de 47 matérias), condição determinante para que este subindicador tenha valor *muito forte* em 53% das reportagens da agência. O “peso dos documentos” está associado à credibilidade de uma reportagem (ETTEMA & GLASSER, 1998).

Importante ressaltar o reduzido universo de reportagens cotadas com evidência *muito forte*, especialmente na GN (seis entre 53) e no TBIJ (duas entre 35). Um exercício importante foi voltar ao gráfico que traz o resultado comparativo do indicador *evidência* e mostra um número significativo de reportagens marcadas como *forte*: 67,92% na Pública, 51,43% no TBIJ e 42,55% na GN. A alta incidência de reportagens mensuradas como *fortes* aponta expressivo nível de transparência na produção da GN e no *The Bureau*, respectivamente 81% e 57%, se somados os percentuais forte muito forte. *Portanto, tabulamos a combinação método completo*

e evidência forte e muito forte a fim de validar uma investigação mais sólida. A transparência que o repórter imprime ao compartilhar evidências com o público é determinante para a qualidade da notícia (LACY & ROSENSTIEL, 2015).

A nova tabulação apontou um resultado que imprime, a nosso ver, mais legitimidade à conclusão da análise. Na sobreposição de evidência *forte* e *muito forte* e método *completo*, chegamos ao seguintes percentuais: 66% para a Pública, 37% para a GN e 29% para o TBIJ, em relação ao nível de transparência. Este resultado é apresentado na Figura 53, a seguir:

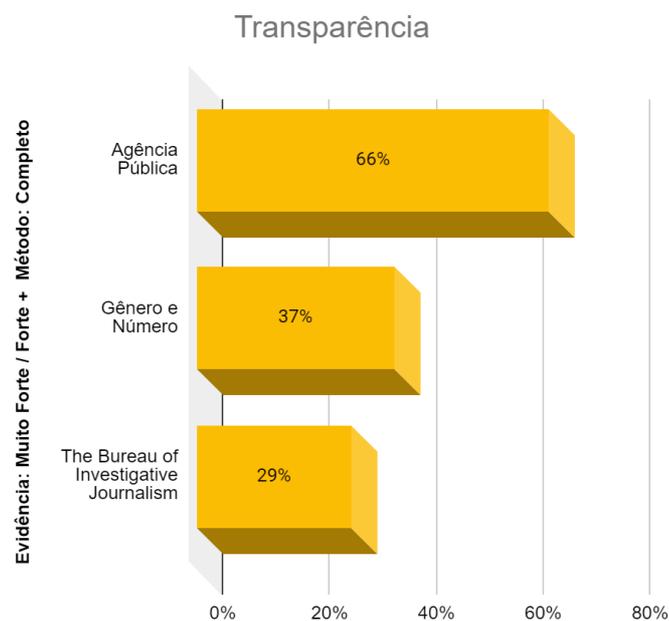


Figura 53: Desempenho das agências: o nível de transparência.

Deste exame mais rigoroso, depreendemos que *a Pública é uma agência que oferece alta transparência*. Como ponto forte, há efetividade em 83% de suas reportagens, isto é, links que funcionam e levam para planilhas, banco de dado ou documentos – estes também considerados dados, pois adotamos o ponto de vista dos profissionais entrevistados (GEERTZ, 1981/2017). Das 43 matérias, 36 dão acesso aos dados. Há *muita diversidade* em 72% da produção analisada e a agência apresenta alta expertise (*muito forte* em 43% e *forte* em 57% de suas reportagens). Com evidente ênfase na visualização, a Pública marcou 28% do material analisado com *bastante* elementos e 23% com *alguns*. São poucos pontos desfavoráveis, mas podemos indicar que, se 57% da produção tem bom volume de dados, em 32%, as fontes dados foram cotadas como *moderadas*. Da mesma forma, em termos de

fontes complementares, 17% das matérias foram avaliadas com o mesmo critério. E há ausência de metodologia em 68% do *corpus*.

Seguindo o parâmetro que adotamos para inferir o grau de transparência, a GN mostra média transparência, embora o resultado a distancie em apenas 8 pontos do TBIJ. Em seis dos nove subindicadores, a GN apresenta bom desempenho na avaliação de método e evidência. Todas as reportagens dão acesso a dados brutos com efetividade de 81%. A avaliação apontou expertise *muito forte* e *forte* em, respectivamente, 34% e 47% das 53 matérias analisadas. Fontes dados foram bem cotadas (42% muito forte e 25% forte) assim como outras fontes (32% muito forte e 32% forte). Nessas duas categorias de fontes, observa-se um desequilíbrio na classificação *moderadas*: 34% receberam essa classificação no que diz respeito aos dados, e 29%, no que tange a informações complementares. Mas os fatores que depreciam o grau de transparência são a ausência de metodologia em 55% do *corpus*, pouca visualização (57% com *poucos* elementos e 13% com *nenhum*) e, especialmente, o baixo desempenho em diversidade (45% com *pouca* e 21% com *falta*).

O TBIJ, por sua vez, mostra desempenho fraco em pelo menos cinco dos nove subindicadores utilizados para medir método e evidência. Portanto, *baixa transparência para o The Bureau of Investigative Journalism*. Fator que se mostrou preponderante no resultado, a diversidade mostra-se comprometida – há *falta* em 46% e *pouca* em 20%. A visualização não contribui para a evidência uma vez que 51% das reportagens têm *poucos* elementos e, em 41%, estes são *inexistentes*. A falta de uniformidade fica evidente na avaliação das fontes complementares: enquanto 60% foram cotadas com *muito forte*, 11% e 23% foram avaliadas, respectivamente, como *moderadas* e *fracas*. Apenas 66% das reportagens trazem a metodologia. E, se há dados abertos em 86% das reportagens examinadas, a efetividade é *moderada* em 43% da produção, o que compromete, sobremaneira, a transparência. A expertise é o ponto alto da agência britânica, onde, entre os profissionais envolvidos na produção avaliada, foram cotados com *muito forte* e *forte* experiência, respectivamente, 40% e 51%. Cabe ressaltar que a seção *Bureau Local* abre todas as suas reportagens e aquelas analisadas não apresentam problemas nas *linkagens*.

A efetividade é um desafio que surge a reboque do hipertexto, uma das características do jornalismo online (NOCI & SLAVERRÍA, 2003; PALÁCIOS, 2003). Somente com o funcionamento ativo dos links, é possível beneficiar-se do

potencial de armazenamento nas plataformas digitais que suportam memória ilimitada (PALÁCIOS apud AGUIAR 2009, p.171). Nas entrevistas, os profissionais reconheceram os obstáculos enfrentados nos processos de migração quando links acabam quebrados – o que impede o acesso aos dados e compromete, portanto, a checagem ao alcance do leitor. Embora o TBIJ apresente rigor *completo* em 51%, no cômputo geral tem seu desempenho depreciado pela baixa efetividade, que prejudica o indicador evidência e, por conseguinte, o grau de transparência efetivo.

A análise mostra que a presença de fontes não identificadas (percentual em cada agência) bem como poucos elementos visuais interferem no resultado final de evidência. Já a ausência de metodologia, como pontuamos, não comprometeu a produção da Pública. A análise, portanto, aponta a importância do equilíbrio entre todos os subindicadores, que, juntos, dão sustentação ao método e à evidência.

Apontada como fator primordial em estudos realizados com o intuito de avaliar a qualidade da notícia (ROSENSTIEL et al., 2007), a diversidade é um subindicador que afeta significativamente a avaliação de método. Isso sugere que, no processo de apuração, elementos do jornalismo tradicional mostram-se fundamentais. Essa constatação surgiu nas entrevistas e foi apontada como parte intrínseca no método de trabalho.

O cenário de descrédito em relação ao jornalismo e seu papel no que tange às teorias normativas da mídia põem em xeque sua relevância e autoridade, uma problemática também abordada no livro *The Journalism Manifesto* (ZELIZER et al., 2021). Um dilema que, em 1999, Cornu já antevia, ao questionar como o jornalista pode vincular “os três graus técnico, pragmático e ético” (CORNU, 1994, p.125). Neste sentido, as entrevistas com profissionais das três agências pesquisadas apontaram a preocupação e rigor tanto na coleta dos dados quanto na verificação das planilhas compartilhadas com os leitores com respaldo do hipertexto. Para aperfeiçoar a análise do conteúdo, então, duas categorias foram incluídas: *rigor na coleta e verificação como fator de precisão*.

O rigor vai além do método empregado e envolve a busca por informações originadas em bancos de dados confiáveis com respaldo em procedimentos cimentados pela estatística. Neste processo, entrevistados como as repórteres Alexandra Heal e Maeve McClenaghan, do TBIJ, a socióloga e analista de dados Natália Leão e a repórter Vitória Régia da Silva, da GN, e o editor e repórter Bruno Fonseca, da Pública, convergiram na estratégia de submeter a especialistas o

material coletado que parece contraditório. A verificação é uma etapa essencial antes de preparar a visualização. Neste sentido, a designer Marília Ferrari também mencionou como imprescindível a checagem de gráficos e tabelas.

Uma questão elencada pelos profissionais, que se relaciona ao rigor, é o risco de *torturar* os números a fim de encontrar um ângulo desejado – o que resultaria em viés. Entrevistar os dados faz parte da rotinas dos profissionais, mas o *modus operandi* requer precisão para sustentar a construção de narrativas verdadeiras. Nesse sentido, entendemos que remete à santíssima trindade nesta ordem: observação (leitura) documentos (coleta), entrevista (raspagem de dados).

No escrutínio final do desempenho da GN, oferecer dados abertos em 100% de suas reportagens denotou um diferencial que favoreceu a avaliação desta agência frente ao TBIJ – especialmente se consideramos a alta efetividade no funcionamento dos links da GN em oposição ao *The Bureau*. Os jornalistas convergiram na visão de que as evidências oferecidas através do acesso ao material bruto fortalecem a credibilidade da reportagem. A análise de conteúdo comprovou nossa hipótese de que *a transparência dos dados abertos na rotina das reportagens das agências em tela permite a verificação dos fatos relatados*.

As entrevistas demonstraram um pensamento comum que se vincula à filosofia do movimento *open source* e vai ao encontro da ideia de direito à informação (SCHUDSON, 2015; TRÄSEL, 2017; USHER; LEWIS, 2013). O surgimento do TBIJ e da Pública está intimamente ligado ao vazamento do Wikileaks – que foi, em parte, publicado pelas agências. Vale ressaltar que as três agências se dedicam ao interesse público com ênfase na transparência – que foi constatada através da metodologia adotada para a pesquisa. O crescente fenômeno da desinformação é um fator que estimula a produção de um jornalismo que vai além das declarações e procura legitimar-se com apoio nas evidências. A análise, portanto, resultou na categoria *checagem ao alcance do leitor*.

Entretanto, a falta de efetividade no funcionamento dos links, observada especialmente no TBIJ, mostrou como fica prejudicado, na prática, o exercício de verificação dos elementos discerníveis (TUCHMAN, 1972/1999) que revelam qualidade. Isso nos traz o questionamento sobre rigor e atenção dado à preservação da informação coletada que ganha características de um banco de dados e mostra a importância do funcionamento dos links.

Se esse acesso ocorre de fato, documentos digitalizados e dados organizados em planilhas Excel imprimem ao material bruto da reportagem um atributo documental que aumenta o potencial de impacto das reportagens – que resultou na categoria *valor documental*. Sem ignorar a potência do jornalismo em gerar evidências – e as hemerotecas são a prova cabal desse caráter –, é inegável a capacidade de armazenamento de informação, sem limites, nas plataformas digitais (AGUIAR apud PALÁCIOS, 2009).

As três agências colecionam exemplos em que os dados se tornaram fonte documental incorporados em sites oficiais do governo ou como suporte para decisões públicas. Não muito distante do impacto causado pela cobertura do caso *Watergate*, a filosofia *open source* abre espaço para a colaboração e até mesmo para a apropriação do *banco de dados* gerado por repórteres e editores em seu trabalho rotineiro.

5. Considerações finais

Atravessamos um tempo demarcado pela crise da modernidade e a abundância de informação. Mas, em um cenário onde as plataformas digitais e as redes sociais se consolidam como canais de distribuição desse fluxo abundante, assistimos ao exponencial aumento de inverdades veiculadas como fatos. O valor do jornalismo é contestado e desqualificado em sua capacidade de construir conhecimento a partir de narrativas verdadeiras. Longe de entabular um percurso prescritivo, ao escolher o *jornalismo de dados abertos* (JDA) como objeto, a pesquisa em tela buscou investigar o quanto a prática confere transparência ao processo de produção e, dessa forma, contribui para fortalecer a credibilidade e a autoridade profissional.

Para demarcar inferências consistentes foi preciso desenvolver uma metodologia própria que possibilitasse responder à pergunta que despertava inquietação: *como o jornalismo de dados abertos explicita método e evidência nas reportagens?* Com fulcro na teoria do *newsmaking*, a hipótese delineada sugeria que, ao permitir a verificação de processos assentados em regras de objetividade e transparência, é possível conferir o grau de qualidade de uma reportagem. O objeto que pavimentou o caminho para a investigação foram três agências sem fins lucrativos que adotam a prática do JDA na construção de parte de suas reportagens: as brasileiras Agência Pública e Gênero e Número (GN) e a britânica *The Bureau of Investigative Journalism* (TBIJ).

O objetivo do trabalho foi observar o potencial do jornalismo de dados abertos – que se encontra dentro do “guarda-chuva” abrangente do jornalismo de dados – para construir narrativas verdadeiras assentadas na precisão, perspectiva de alguns estudiosos de campo que vem se firmando nos últimos dez anos (PARASIE & DAGIRAL, 2013; ANDERSON, 2018a; HERMIDA & YOUNG, 2019). Neste sentido, algumas subquestões nos guiaram na análise: até que ponto o acesso ao material bruto da reportagem que caracteriza o JDA – planilhas e documentos – reforça evidências e qual a eficácia dessa tática no sentido de demonstrar a qualidade da produção.

Para medir essa extensão, foi elaborada a *metodologia da transparência*, que consiste na mensuração de dois indicadores criados: *método* e *evidência*. Nove subindicadores originalmente elaborados sustentam a análise dos indicadores

macros observados na leitura de reportagens das agências com o respaldo dessa *metodologia experimental*. A partir do exame prévio de parte do *corpus* foram definidos, como critérios: *metodologia, expertise, dados abertos, fontes dados, outras fontes, diversidade (fairness), visualização, fonte não identificada e efetividade*. Dessa forma, foi possível avaliar os atributos inerentes e auferir, por exemplo, o nível de expertise dos profissionais e a efetiva transparência consubstanciada pelo funcionamento dos hiperlinks. Os dados foram lançados em planilhas Excel, o que favoreceu cruzamentos e conclusões. As inferências detalhadas serão apresentadas adiante.

Foi empregada uma metodologia mista que combinou análise de conteúdo com entrevistas em profundidade. A *metodologia da transparência* foi aplicada a um *corpus* composto por 135 reportagens. As agências Pública e GN possuem seção dedicada às reportagens de dados – analisadas na íntegra. No TBIJ, como o jornalismo de dados se espalha em diversas editorias, o critério foi elencar as reportagens premiadas. O período difere de acordo com a criação da seção (e da organização) com término em maio de 2021. Foram realizadas dezesseis entrevistas com jornalistas das agências (ver Anexo), que resultaram na consolidação de quatro categorias e permitiram colocar em confronto revelações e análise de conteúdo. O capítulo 4 traz uma minuciosa explicação desse processo e todos os resultados.

A tese foi fundamentada a partir de duas vertentes epistemológicas. Uma assentada na ideia do jornalismo como forma de conhecimento (PARK, 1966) que nos remete a questões filosóficas acerca da construção de narrativas verdadeiras (ARENDETT, 2006 ; CORNU, 1994, MEDITSCH, 1997; BERTRAND, 1999, CHRISTOFOLETTI et. al., 2012). A outra busca, na experiência, o solo epistemológico para compreender a prática do jornalismo de dados (CODDINGTON, 2015; PARASIE & DAGIRAL, 2013; GYNNILD, 2014; WING, 2006). Intrinsecamente relacionado com noções de legitimidade, este percurso evocou a crise da modernidade e suas consequências sobre o valor da verdade e da expertise e, conseqüentemente, sobre a autoridade profissional.

O controverso conceito de verdade que se entrelaça com a epistemologia do jornalismo e com seu código deontológico (SPONHOLZ, 2009; MEDITSCH, 1997) é o ponto de partida no percurso da tese. A partir do pressuposto que associa a notícia à ideia de conhecimento (PARK, 1966), o jornalismo formula a reconstrução do real, ou seja, de uma realidade midiática fundada em relatos

verdadeiros. Se é possível enxergar uma fragilidade nesta forma de conhecimento, que não possui o rigor da ciência formal, a notícia possibilita o compartilhamento de um senso comum de realidade (MEDITSCH, 1997).

A verdade factual, para Arendt (2006), marca a fronteira que separa o fidedigno do obscuro e constitui uma oposição à opinião porque afirma uma validade. Da mesma forma, Lippman (1920) expressa como a informação objetiva reafirma o verdadeiro – ou, podemos dizer, o documental. Portanto, esta não se atrela a noções de opinião que se impõem muitas vezes por vontades próprias. As ponderações de Arendt e Lippmann revelam pertinência com a contemporaneidade em um momento em que lidamos com crescente desprezo frente ao valor do relato jornalístico enquanto correspondência com os fatos.

O conhecimento produzido pelo jornalismo advém de processos que decorrem de clareza, rigor, pluralidade de visões e objetividade que reforçam a confiança na exatidão da notícia (LISBOA & BENETTI, 2015). A percepção da equivalência entre realidade social e realidade midiática é o que fundamenta a credibilidade do receptor. Essa crença também se origina na confiança de quem enuncia (ibidem). Neste sentido, é importante ressaltar que a ideia de conhecimento perito imprime capital simbólico a indivíduos que ocupam lugar de autoridade dentro de seus campos profissionais (MIGUEL, 1999).

Se é crescente a desconfiança em relação à mídia, Cornu (1994) ressalta que a exigência da verdade é um princípio normativo. Por isso, focalizamos os códigos deontológicos que regem a profissão e demarcam posturas éticas que, em tese, fortalecem o compromisso com valores éticos. As normas estabelecidas têm como finalidade conferir qualidade à informação e servem como elementos para avaliar o trabalho jornalístico. Entre os itens mais citados estão verdade, objetividade e precisão – que, muitas vezes, é citada como *veracidade dos fatos*.

A normatização funciona como uma bússola que norteia o comportamento profissional imposto pelo imperativo ético fundante do jornalismo (GUERRA, 2008). Mas se a crise traz um afrouxamento nas condutas acirrado pelos constrangimentos organizacionais (SOLOSKI, 1999; BREED, 1999), a pesquisa *The World of Journalism Study (WJS)* – que envolveu 27.500 profissionais em 67 países aponta que a maioria adere às regras estabelecidas (HANITZSCH et al., 2019). Entretanto, iniciativas como a *Journalism Trust Initiative* do *European Committee for Standardization* – que mobilizou mais de 130 organizações, em

2019, com o intuito de reafirmar princípios éticos, entre eles, a transparência – evidenciam desafios e mobilização em face da redução da credibilidade e do lugar de autoridade.

Em última análise, é o valor do jornalismo que está em xeque (ZELIZER et al., 2021). Cabe ressaltar que o papel da imprensa está associado a parâmetros de finalidade e, como Bertrand (1999) pontua, os códigos deontológicos se vinculam, sobremaneira, ao jornalismo de informação que despontou no século XIX. Mas não é recente o debate sobre a função normativa do jornalismo dentro da sociedade (SCHUDSON, 2010a; TRAQUINA, 2012). Essa vulnerabilidade impõe o fortalecimento de pressupostos como objetividade e profissionalismo (McNAIR, 2009; McQUAIL, 2013).

A compreensão da democracia como um sistema de comunicação em que o indivíduo monitora o governo e suas decisões acentua a importância do papel da mídia. Em sociedades onde a informação é tendenciosa ou interdita, há uma grande probabilidade de haver maior desigualdade (McCHESNEY, 1999). Neste sentido, destacamos o modelo normativo denominado *trustee* – ou monitor –, parametrizado por Schudson (1999), em que o jornalista preza pela objetividade e pelos fatos verificáveis. Não veicular o que não pode ser checado é condição *sine qua non* dentro desse eixo paradigmático (CHRISTIANS et al., 2008).

Não são poucos os autores que se dedicam a estudar o campo do jornalismo de dados, em que se insere o JDA, a convergir na perspectiva de que suas rotinas potencializam a contribuição para a democracia (COHEN et al., 2011; PARASIE & DAGIRAL, 2013; HOWARD, 2014; GKOUSKOU-CHIANNAKOU, 2015; FELLE, 2015; ANDERSON, 2018a; HERMIDA & YOUNG, 2019; BORGES-REY, 2016). A ênfase na precisão e transparência calcada em um saber de procedimento (ERICKSON et al., 1987) imprimem maior facticidade e fidedignidade aos relatos construídos com base nos dados. Não é por acaso que reportagens como *Wikileaks*, *Panama Papers* e *Pandora Papers* – resultados de apuração massiva e colaborativa fundamentada em vazamento de *big data* – tiveram forte impacto social. Neste sentido, o JDA contribui para expandir a agenda de interesse público e a visibilidade.

Se o jornalismo de dados abertos, por suas características epistemológicas, é capaz de revalidar o jornalismo de qualidade, abrimos um leque a partir dessa hipótese que é consenso entre autores já citados. De um lado, o que contribui para

desconstruir o valor do jornalismo como cão de guarda da sociedade ou, simplesmente, como informante sobre o mundo que nos cerca (GROTH, 2015)? Neste sentido, averiguamos o contexto do declínio da expertise agravado pela progressiva desinformação espalhada nas redes sociais, e por condutas consideradas enviesadas ou inadequadas, e o quanto isso impacta negativamente a imagem da mídia e, por conseguinte, sua autoridade. De outro lado, refletimos sobre o que concede, aos profissionais da notícia, a outorga para construir narrativas verdadeiras. A nosso ver, parâmetros como os de objetividade e métodos adotados nas práticas infundem ao jornalismo o lugar de construção social da realidade a partir de uma correspondência com a verdade.

A imprensa não poderia sair ilesa do ambiente que se instalou com a crise da modernidade. Nihilismo, incertezas e o desprezo frente a verdades históricas e científicas despontaram com a emergência do sujeito moderno (GIDDENS, 2002; BAUMAN, 2001; HALL, 1992/2006). Apoiado na reflexividade (GIDDENS, 2002), esse indivíduo rejeita a experiência. No lugar do conhecimento, a hipótese (GIDDENS, 2002); no lugar da crença, a crítica, a insatisfação e a revisão constante (BAUMAN, 2001/2014). Giddens (1991) observa como o sentimento de confiança entra em processo de pulverização.

No rastro dessa conjuntura de oposição, a expertise e a autoridade seguem combatidas. Nichols (2017) nota, a partir dos anos 1970, figuras midiáticas adquirirem legitimidade em rádios americanas, o que alimentou um agenciamento pioneiro junto a um público que, então, já começava a rechaçar a grande mídia. Das rádios para as redes sociais, essa postura repelente só cresceu e foi catapultada com a interferência dos algoritmos que ajudam a distribuir conteúdo que muitas vezes é acintosamente falso e se convencionou chamar de *fake news* – a nosso ver, um termo que é um oxímoro.

Há registros de boatos e mentiras em jornais do século XVII, chamados *mercúrios*, que faziam um *mixtum* de fábulas e histórias verdadeiras (DIAS, 2004; SOUSA, 2008; PEDROSA, 2004). Se não é novidade no front, as *notícias falsas* ganharam outra dimensão em tempos de desinformação. No Brasil, foram, inclusive, alvo da denominada *CPMI das Fakes News* – uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, ou seja, com a participação de parlamentares do Senado Federal e da Câmara dos Deputados. De acordo com o que apurou a comissão, muitas notícias falsas foram disparadas de gabinetes palacianos, em Brasília. Além disso,

no dia 08/07/2020, o Facebook bloqueou 88 contas de funcionários da presidência responsáveis por implantar *fake news*.

A polarização na internet e a agenda partidária são outros fatores que solapam a confiança na mídia, como apontou o *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Coberturas controversas, como a do processo de impeachment de Dilma Roussef ou a Guerra do Iraque, corroboram a noção de viés político compartilhada por boa parcela da população. O coletivo Mídia Ninja, em suas reportagens, por exemplo, ridicularizou e considerou tendenciosa a cobertura da mídia tradicional sobre o processo de impeachment da então presidente brasileira Dilma Rousseff, em 2016 (RODRIGUES, 2018). Esse pensamento se coaduna com a teoria da ação política que percebe o construção de um consenso hegemônico por parte da mídia (HERMAN & CHOMSKY, 2002). Os algoritmos, por sua vez, são apontados como elemento de controle da agenda midiática, uma vez que impactam o papel de *gatekeeper* desempenhado pelo jornalismo na seleção das notícias que chegam ao público e enfraquecem o alcance do jornalismo plural BARSOTTI & AGUIAR, 2018).

A perda da centralidade por parte da mídia *mainstream* não se dá apenas pelo impacto dos algoritmos na distribuição da informação. A fragmentação das fronteiras do campo profissional incorreu na entrada de novos atores, e mesmo a audiência, o que resulta em uma disputa por legitimidade (AGUIAR & SCHAUN, 2010; BRUNS, 2005; GILLMOR, 20006; DEUZE, 2014; GOULART DE ANDRADE, 2018). A produção de notícias realizada fora do eixo da grande mídia revela o esgarçamento nos códigos deontológicos. A ideia de sociedade redacional (DEUZE & WITSCHGE, 2016) evidencia a dimensão do estado do jornalismo pós-industrial (ANDERSON et al., 2013).

A discussão sobre a autoridade que delimita esse território incita discussões sobre a autenticidade de práticas, métodos e atitudes apropriadas que tangenciam o tema do profissionalismo (CARLSON, 2015; SCHUDSON, 2018). É neste cenário que se inserem nativas digitais como as agências *The Bureau of Investigative Journalism*, Pública e Gênero Número, alvos da pesquisa que realizamos. Compreendemos que o modo de fazer como o jornalismo de dados se integra aos parâmetros formais do jornalismo no que tange a normas estabelecidas pelos códigos deontológicos como rigor, precisão e objetividade.

O aprimoramento nas práticas propiciado por novas ferramentas tecnológicas favorece a reformulação de princípios como verificação e transparência e, em organizações geradas no ambiente digital, valores tradicionais como a investigação jornalística se fortalecem com a crescente adoção do jornalismo de dados na segunda onda do jornalismo online (DOMINGO, 2011). Portanto, a reflexão sobre a revalidação do jornalismo sob a perspectiva de diferentes rotinas produtivas empreendidas por novos agentes esbarra na discussão sobre objetividade enquanto solo paradigmático.

Alvo de questionamentos e contestações, o conceito de objetividade se atrela ao imperativo fundante da profissão que pressupõe a conformidade com o fato, ou seja, é o que reforça o caráter verdadeiro da notícia (GUERRA, 2008). Esta percepção se insere no conceito filosófico de objetividade enquanto método de procedimento de investigação científica (MEGILL, 1994). A modernização e profissionalização da imprensa, a partir do século XIX, se confundem com a ascensão do elemento científico nas práticas jornalísticas sob a influência do positivismo. É esse referencial que Lippman (1920) enxerga como antídoto contra a subjetividade e a ingerência da propaganda nos anos pós-guerra.

No percurso em que introduzimos a discussão sobre objetividade, apresentamos suas facetas contraditórias e sua vulnerabilidade, mas nossa intenção foi justamente destacar o viés metodológico. Neste sentido, enfatizamos a ideia do método objetivo a partir de preceitos que partem de procedimentos (LIPPMAN, 1920; KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; GUERRA, 2006, 2008; MEYER, 1973/2002).

A relevância da verificação é um ponto para o qual convergem autores como Kovach e Rosenstiel (2003) e Tuchman (1978/1999). O trinômio observação, entrevista e pesquisa documental é a base da metodologia de apuração na tradição do jornalismo (GUERRA, 2008; MCGILL, 2006; SCHUDSON, 2010a). Estabelecido pela prática profissional, torna possível a construção de relatos verdadeiros assentados nos domínios da ética e da técnica (GUERRA, 2008). As fontes de informação têm papel crucial na qualidade das narrativas (ETTEMA & GLASSER, 1998; FIDALGO, 2000).

Os rituais estratégicos percebidos por Tuchman (1972/1999) remetem a uma objetividade declaratória que se baseia no uso das aspas. Em outro diapasão, a objetividade disciplinar baseia-se em métodos científicos associados ao movimento

open source, que influenciou de forma decisiva a cultura dos dados (TRÄSEL, 2017). Mas vale ressaltar que, como Tuchman define, a coleta de publicação de documentos enquanto elementos evidencia o rigor nas rotinas jornalísticas. E, pelo que observamos na pesquisa, os links que direcionam para documentos digitalizados nas reportagens do jornalismo de dados abertos corroboram esta perspectiva de verificação e transparência observada pela socióloga americana.

Se o JDA abre o acesso às fontes primárias para o leitor, quais as condições de possibilidade que consubstanciam essa rotina? Esse é o primeiro tópico que abordamos no capítulo 3. Na perspectiva do jornalismo de dados abertos, destacam-se quatro características provenientes do webjornalismo ou jornalismo digital: a hipertextualidade, a multimídia, a memória e a interatividade (BARDOEL & DEUZE, 2001; AGUIAR, 2009; MACHADO, 2005). Integram a terceira geração do webjornalismo MIELNICZUK, 2003, p.34)

Cabe lembrar como as bases de dados constituem lugar central no processo de convergência midiática e são relevantes para a Reportagem com Auxílio de Computador (RAC), introduzida por Meyer nos anos 1970 – que serviu de suporte para o jornalismo investigativo e embrião para o jornalismo de dados. Como lugar de armazenamento, essas bases materializam a memória digital que está na essência do JDA. Por isso, no capítulo 3, discutimos as condições para o surgimento do jornalismo, sua gênese e epistemologia já tangenciando a questão da transparência.

Em seguida, destacamos que a extração de conhecimento a partir da mineração de dados e o uso de metadados para análise da informação constituem elementos da chamada quinta geração do jornalismo digital que se relacionam ao jornalismo guiado por dados (BARBOSA & TORRES, 2013) – vertente se enquadra na nomenclatura JD. Dentro de uma lógica de banco de dados (MANOVICH, 2001), abrir os dados constitui um *jornalismo em camadas*: a partir de links internos, o leitor é levado da camada superficial da reportagem para outras, subterrâneas, nas quais encontra informações adicionais.

Mas de onde vem a gênese do jornalismo de dados? Para buscar resposta a esta questão, adotamos a proposta genealógica de Anderson (2018a) que percebe o surgimento da cultura de dados no século XIX par a par com o *social survey reportage* – reportagem para pesquisa social –, com base em levantamentos sociais realizados em centros urbanos no início dos anos 1900. A coleta de dados e a estatística combinados permitiam dimensionar problemas sociais. Na história do

JD, destacamos a confluência do jornalismo de precisão desenvolvido por Meyer que buscava avançar o jornalismo na direção das ciências sociais e semeou a prática da RAC (CODDINGTON, 2015; PARASIE & DAGIRAL, 2013). Outro influxo relevante foi o movimento *open source* que reuniu hackers, jornalistas e programadores em torno da cultura de dados abertos (LEWIS & USHER, 2014).

Nomenclatura usada mais comumente no meio profissional, o *jornalismo de dados* abarca vertentes classificadas como *jornalismo computacional*, *jornalismo guiado por dados* e o *jornalismo de dados abertos*. Esta última não surge como classificação em grande parte dos estudos voltados para o segmento. Por isso, convém destacar a relevância da pesquisa em tela. Considerado uma ferramenta – a exemplo da RAC, o JDA tem sua epistemologia demarcada basicamente a partir de pesquisa de campo iniciada em torno de 2010. Guardadas nuances e diferenças, a definição que perpassa todas as categorias sugere uma metodologia recorrente: coleta de dados, processamento, análise e visualização dos dados (FLEW et al., 2011; COHEN et al., 2011; CODDINGTON, 2018).

O hibridismo profissional no qual convivem “tecnoatores” é uma característica desse campo jornalístico (CANAVILHAS et al., 2016) onde, curiosamente, muitos profissionais rechaçam a nomenclatura *jornalista de dados* (HERMIDA & YOUNG, 2019). No *jornalismo guiado por dados*, são os dados que guiam a história, ou seja, a reportagem não é guiada por uma hipótese prévia (PARASIE & DAGIRAL, 2013; PARASIE, 2015). Quatro dimensões abarcam as práticas computacionais: *coleta versus big data* – que se refere à questão do volume extraído; *passivo versus ativo* – que diz respeito à possibilidade de extrair compreensão própria a partir da visualização ou interação; *expertise versus formação* – que sugere a participação do público na construção da reportagem; *transparência versus opacidade* – que remete à possibilidade de abrir os dados através de links – uma marca do jornalismo de dados abertos.

Focalizamos, especificamente, a dimensão da transparência, que estabelece um território próprio ao JDA. Afinal, nem todo jornalismo de dados constitui uma prática de dados abertos, que se caracteriza por revelar os processos utilizados na construção da notícia, um ritual que propicia a verificação de narrativas verdadeiras (KARLSSON, 2010; PLAISANCE, 2007; MEIER, 2009; HAYES et al., 2007; RUPAR, 2006; ALLEN, 2008). E a transparência decorrente desse processo

permite que a audiência avalie a qualidade da reportagem, o que fortalece a credibilidade de quem transmite a notícia (MEIER, 2009).

Para tanto, o fulcro teórico da pesquisa aqui retratada é a “regra da transparência” de Kovach e Rosenstiel (2003), que se respalda no método científico e em sua replicabilidade. A confiabilidade do leitor é reforçada a partir da possibilidade de verificação de métodos. A ideia é revelar os modos de fazer do JDA – ou o *newsgathering*, o processo de coleta da notícia com links para o material bruto da apuração – que é o que torna o processo transparente.

Embora as pesquisas mencionadas girem em torno da realidade do jornalismo digital, compreendemos que o conceito se aplica ao jornalismo de dados abertos. Singer (2007) observa que, ao direcionar os leitores para matérias originais que serviram como fonte de informação, inclusive *press releases*, o blogueiro fortalece sua autoridade. Outro exemplo que se encaixa no JDA é a classificação de links definida por De Maeyer e Holton (2016), para quem o “bom link” é o direcionado para o material original que engloba documentos, dados e outras fontes primárias.

A partir de Tuchman, Karlsson (2011, pp.180-181) observa como os “elementos discerníveis” para o escrutínio do público estão relacionados a rotinas padronizadas. A rotina do ambiente online possibilita mostrar os bastidores, ou seja, de onde veio a informação e, assim, aprofundar e dar outra dimensão às histórias. De acordo com MEIER, 2009, a noção *disclosure transparency* (transparência reveladora) sugere que plataformas digitais mudam a relação de performance *backstage* e *frontstage* (bastidores e palco), o que também acontece no jornalismo de dados abertos, pois nele a coleta e o processamento a partir de rotinas padronizadas e procedimentos são levados ao palco.

Observar a transparência nas rotinas foi o objetivo da pesquisa em tela. Nosso arcabouço teórico-metodológico se embasou na “regra da transparência” de Kovach e Rosenstiel (2003) com fulcro nos indicadores do *Projeto Credibilidade* e trabalhos de autores que estudaram qualidade e aspectos das rotinas de produção como fontes de informação (GUERRA, 2016, 2019; FIDALGO, 2000; LACY & ROSENSTIEL, 2015; CERQUEIRA; 2010; PINTO & MARINHO, 2003; SCHMITZ, 2011; ROSENSTIEL et al., 2007). Análises de conteúdo empreendidas no segmento do JD também nortearam a elaboração da metodologia experimental (LOOSEN et al., 2015 ; OJO & HERAVI, 2017). Para melhor explicitar o *corpus*,

foram analisadas 47 reportagens da seção Dados Abertos da Gênero e Número, 53 reportagens da seção Dados da Agência Pública e 35 reportagens premiadas do TBIJ (que não possui seção específica para jornalismo de dados). As dezesseis entrevistas foram realizadas, em sua maioria, *via Google Meet* por conta da pandemia de coronavírus.

Para implementar a análise, estabelecemos os indicadores macros *método* e *evidência*. Os subindicadores relacionados ao indicador *método* foram: *fontes dados*, *outras fontes*, *expertise*, *diversidade* e *metodologia*. Já a avaliação da *evidência* foi realizada a partir de: *dados abertos*, *fontes dados*, *outras fontes*, *efetividade*, *visualização* e *fonte não identificada*. Foram criadas mensurações para cada um dos indicadores e subindicadores a fim de chegar a um resultado sobre o grau de transparência.

Consideramos, portanto, que a metodologia criada resultou em uma mescla de análise qualitativa e avaliação quantitativa. As dezesseis entrevistas nos ajudaram a observar contradições e confirmar a aderência dos jornalistas ao solo epistemológico apontado por pesquisas etnográficas realizadas no campo do JD (CANAVILHAS et al., 2016; LEWIS & USHER, 2014; APPELGREN & NYGREN, 2014; FINK & ANDERSON, 2015; BORGES-REY, 2017).

O trabalho de Guerra (2010) para a Unesco, *Sistema de Qualidade de Gestão Aplicado ao Jornalismo*, e o *Ranking Q-Avalia* (2019) foram parâmetros na criação da metodologia experimental própria. Um indicador inspirador foi o de *efetividade* – que determina em que grau o recurso avaliado alcança seus objetivos –, pois ajudou a inferir o real funcionamento dos links que dão acesso aos dados abertos (GUERRA, 2020). Os indicadores e subindicadores foram criados com o objetivo de apurar a qualidade das informações a partir da eficiência do método empregado e da evidência de “elementos discerníveis” (TUCHMAN, 1972/1999). Esse binômio método e evidência nos permitiu medir a transparência.

O método partiu da desconstrução e leitura atenta de cada reportagem e lançamento dos dados dos subindicadores nas tabelas Excel – números absolutos. No subcapítulo 4.7, registramos informações detalhadas sobre as mensurações e gabaritos criados para realizar a análise de conteúdo e chegar a resultados percentuais. As análises trazem comentários correlacionados com as reportagens em cada subindicador e indicador.

Para observar a rotina de coleta de dados, foram definidas as seguintes fontes: *dados oficiais extraídos*, *dados ONGs extraídos*, *dados construídos* pelas próprias agências, *FOI/LAI* (Freedom of Information/Lei de Acesso à Informação), *dados humanos* (personagens) e *documentos*. Os dados humanos nesta proposta experimental referem-se a citações de nomes e histórias retiradas dos bancos de dados pesquisados ou construídos pelos repórteres.

A análise de fontes dados revelou que, nas três agências, os documentos prevalecem entre as principais fontes de dados: 80,85% na Pública (em 38 de 47 matérias); 64,71% no TBIJ (em 22 das 35 matérias) e 64,15% na Gênero e Número (em 34 das 53 matérias). Este procedimento revela-se um caminho efetivo de transparência nas rotinas jornalísticas das três organizações. Todas as agências lançam mão do direito proporcionado por leis criadas para ampliar a transparência das instituições, como a Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011) no Brasil e a *FOI* (*Freedom of Information Act – FOIA, aqui abreviada para FOI*) do Reino Unido, para buscar dados ainda não acessíveis nos portais de transparência, o que corrobora resultado da pesquisa de campo realizado no Reino Unido por Borges-Rey (2016). O TBIJ é o que mais recorre à FOI (29,41%), seguido da Pública (23,40%) e GN (3,77%). Dentro da perspectiva de humanização, o levantamento apontou quem são os personagens que humanizam as histórias que vêm das entrevistas.

Em termos do peso dos dados no cômputo geral – que foi mensurado como fraco, moderado, forte e muito forte de acordo com a ocorrência, é a GN que apresenta mais reportagens cotadas como fortes ou muito fortes.

O subindicador *outras fontes* engloba as seguintes fontes: oficial, redes sociais, institucional, empresarial, personagens, ONG/ativista, *in off* e especialista. Com o mesmo gabarito adotado para *fontes dados*, Pública e TBIJ se aproximam do percentual de reportagens consideradas muito fortes, respectivamente 55% e 60%, enquanto GN possui 32% enquadradas neste critério. Destacamos que as 47 reportagens da Pública contam com fontes complementares – um dado que aponta rigor no método. Na cobertura da Pública, há hegemonia de fontes oficiais (77%), enquanto na GN, estas rivalizam com as fontes ativistas (respectivamente 49% e 42%). No TBIJ, a fonte em *off* surge em terceiro lugar (40%) depois de fontes oficiais (49%) e especialistas e ONG/Ativistas.

A diversidade foi medida a partir de análise que considerou os pontos de vistas presentes em cada reportagem e a menção a tentativas de levantar a informação (no estilo, tal fonte não retornou até o fechamento desta reportagem). O gabarito registra muita diversidade, pouca diversidade e baixa diversidade. Com mais equilíbrio (ou *fairness*), despontou a Pública com 72% de matérias com muita diversidade. Ao contrário, na GN, 45% das reportagens foram cotadas com pouca diversidade. Apesar dessa constatação, Giulliana Bianconi, a editora-chefe afirmou que a organização não procura transmitir uma “visão de mundo”. Da mesma forma, Rachel Oldroyd, editora-chefe do TBIJ, frisou não fazer jornalismo de campanha³²³ em 46% das reportagens desta organização analisadas como com falta de diversidade. A avaliação da diversidade mostrou menos rigor e uniformidade na cobertura da agência britânica. Na análise, então, observamos outra faceta: a visualização dos dados contribui sobremaneira para expressar um ponto de vista – um trabalho que a fotografia perfaz no jornalismo.

A pesquisa também demonstrou que a evidência proporcionada pela visualização dos dados abertos é reforçada pelo hipertexto oferecido em boa parte das reportagens das três agências. Como estabelecem Kennedy, Hill, Aiello e Allen (2016), links para fontes de dados permitem que os leitores possam examinar a informação e verificar que o design elaborado é fiel aos dados apurados. A preocupação com a qualidade na visualização é a razão por que as agências operam com equipes multimídias. Quem faz a visualização na GN é a designer Marília Ferrari, formada em Arquitetura, e Vitória Sacagami, designer com formação em visualização de dados. O editor de dados da Pública, Bruno Fonseca, é profissional multimídia e Charles Boutaud, editor de dados do TBIJ tem mestrado em jornalismo e ciência da computação.

Em se tratando de visualização, as categorias estabelecidas a partir de análise prévia foram formulários (que inclui reproduções de emails e outros documentos), mapas, gráficos, tabelas e animação. Com pequenas diferenças, o gráfico configura-se no desenho mais utilizado pela Pública (85,9%) e pela GN

³²³ Jornalismo de campanha é a tradução literal de *campaign journalism*. A expressão, que não chega a ser uma nomenclatura, caracteriza reportagem de interesse público com forte linha editorial que produz impacto. A definição se associa ao termo *advocacy*, práticas entabuladas com a intenção de propiciar ou influenciar a gestão de políticas públicas. A busca por impacto tornou-se um norte entre algumas agências sem fins lucrativos. O próprio TBIJ criou a figura do editor de impacto. Disponível em <https://www.abraji.org.br/help-desk/jornalismo-de-campanha-uma-ferramenta-poderosa-para-causar-impacto> Acesso em 07 jan. 2021

(76,4%). Prevalece também no TBIJ (46,13%); porém, nesta agência, os formulários respondem por 33,3%. Interatividade é um recurso adotado de forma significativa pelo TBIJ e GN, mas é ignorado pela Pública. Revelar essas particularidades é relevante no sentido de desvelar diferenças na forma como as agências interagem com os dados.

A alta incidência de formulários nas reportagens do TBIJ na série *Drone Warfare*, onde há a reprodução de emails com informação sobre mortos no Afeganistão, Somália, Iémen e Paquistão durante operações americanas contra alvos talibãs. Também é utilizada em *Dying Homeless Counting the deaths of homeless people across the UK* (Morrendo na rua: contando as mortes de sem-teto ao redor do Reino Unido), que traz 800 fichas sobre pessoas que morreram nas ruas do Reino Unido entre outubro de 2017 e março de 2019.

A partir do recurso do volume, a GN procura dimensionar desigualdades com visualizações versáteis e originais. Um exemplo é a reportagem *Audiências de custódia reforçam o racismo* (matéria_24 na planilha da GN). A Pública tem um traço característico mais carregado e cores que remetem à paleta usada no site. Aparece em 85,9% de sua produção. Em *Brasil registra duas vezes mais pessoas brancas vacinadas do que negras* (matéria_44), publicada em 15/03/2021, o volume transmite evidência sobre o discrepância no que tange à raça na campanha de vacinação.

Revelar essas particularidades é relevante no sentido de desvelar diferenças na forma como as agências interagem com os dados. De modo geral, é a Pública quem usa mais informação visual. O gabarito da metodologia da transparência enquadrou a incidência de visualização em bastante elementos, alguns elementos, poucos elementos ou inexistentes. GN e Pública oferecem evidência visual em, respectivamente, 85% e 91% da Pública. No TBIJ, esse percentual cai para 60%. Ficou claro que os elementos visuais atendem a demandas específicas de cada agência e estão relacionados ao conteúdo trabalhado.

A identificação clara da fonte é regra básica de precisão na informação (FIDALGO, 2000). Neste sentido, a análise de conteúdo mostrou que mais da metade das reportagens da TBIJ (57%) apresentam uma, duas ou três fontes não identificadas. Esse percentual cai para 25% na Pública e 32% na GN. Observamos o baixo uso de fontes *em off* nestas duas agências. Apenas uma reportagem da GN com seis fontes não identificadas – *Disputas à prefeitura dominadas por mulheres*

simbolizam continuidade de legado familiar (matéria_12 na planilha da GN). O recurso do link para referenciar informação apurada em outros veículos – link externo – mostrou-se ineficaz uma vez que muitas empresas somente dão acesso aos seus assinantes. Nas entrevistas, os profissionais reconheceram a armadilha dessa estratégia de transparência.

O subindicador dados abertos registra 100% de incidência na GN em sua seção Dados Abertos. O acesso aos dados também é alto no TBIJ (83%) e na Pública (86%). A análise de conteúdo revelou como a prática cria camadas de informação e gera arquivos de memória (AGUIAR, 2009). Se organizou a informação de dez anos de cobertura da Guerra dos Drones em uma página específica, o TBIJ, por outro lado, mantém no site páginas que abrem sem nenhuma informação – como a da reportagem *Covert Drone War – get the complete Data* (fora da lista das analisadas). E mantém reportagens com dados parciais em pelo menos 17 matérias. Isso denota falta de uniformidade e rigor na organização e prejudica a função de base de dados (BARBOSA & TORRES, 2013; MANOVICH, 2001).

Obstáculos organizacionais foram algumas das justificativas de profissionais para explicar por que algumas planilhas não estão disponíveis para acesso. Outros reconheceram que nem sempre o jornalista de dados quer entregar “de mão beijada” o trabalho minerado e lançado em Excel. Mas, de modo geral, nas entrevistas, os profissionais reafirmaram o ideal do jornalismo de dados abertos e a intenção de expandir a prática. A compreensão expressada pelos jornalistas das agências é a de que os dados levantados não são uma propriedade privada e devem ser compartilhados, o que se coaduna com o filosofia do movimento *open source* e do *hacking* social. As questões jurídicas e os limites da prática também foram focalizados na entrevistas e a importância de haver um critério editorial acima do critério da transparência.

Dentre as reportagens premiadas no TBIJ, poucas não oferecem acesso a dados. A editoria *Bureau Local* tem como premissa abrir os dados em planilhas – um recurso não naturalizado em outras editorias da organização. Cabe ressaltar que o conceito de dados na pesquisa em tela não se resume a números e abrange também documentos como elementos discerníveis (TUCHMAN, 1972/1999). A ausência de dados abertos mostrou impacto na avaliação do indicador macro *evidência*, que abordaremos adiante.

Efetividade talvez seja o fator mais importante na concretização da transparência. Trata, de forma básica, um levantamento dos links que funcionam. Longe de ser um item banal, tornou-se um desafio para as organizações diante das necessárias migrações que incorrem em quebra de links e já é motivo de pesquisas que giram em torno da questão da preservação (HERAVI et al., 2021). É um dos fatores mais relevantes na pesquisa, pois mostrou quão efetiva é a possibilidade de descer a camadas textuais e de informação oferecidas pelo jornalismo de dados abertos e chegar ao que chamamos de *fontes dados* (planilhas e documentos).

E qual foi o resultado da análise? O desempenho da Pública e GN foi francamente melhor do que o do TBIJ. Respectivamente, 83% e 81% do conteúdo analisado foram cotados como muito forte contra 43% do TBIJ. Muito forte significa que apresentou 85% ou mais de links ativos. No gabarito criado, forte corresponde a 70% a 85% ativo, moderado corresponde a 40% a 70% ativo e fraco abaixo de 40%. A interferência no nível de transparência em virtude da ocorrência de links quebrados é evidente. Esse impacto será aprofundado ao abordarmos, especificamente, o indicador *evidência*.

No TBIJ, um exemplo grave é o link quebrado para a reportagem *Naming the dead* – que se encontra na página principal da série *Drone Warfare*. Referências a esta retranca aparecem repetidas vezes em várias reportagens como o mesmo resultado frustrante para o leitor: os dados não podem ser acessados (a matéria_29 é um exemplo). Cabe destacar que a análise das reportagens que fazem parte da seção *Bureau Local* tem incidência diametralmente oposta – ou seja, um bom funcionamento de hiperlinks.

O problema da migração foi uma das razões apontadas nas entrevistas para a ocorrência de links quebrados. A falta de tempo para operacionalizar a correção foi outro – que evidencia um nova questão organizacional em face de práticas vinculadas ao jornalismo digital – um “desafio hercúleo”, como afirmou o editor da Pública, Thiago Domenici. A seção dados abertos traz vários anexos com exemplos da consequência da quebra de links.

Um dos indicadores de qualidade do *Projeto Credibilidade*, a expertise foi medida dentro de um gabarito que também mensura experiência profissional muito forte, forte, moderada e fraca. Ficou evidente que o trabalho em parceria – muito comum no jornalismo de dados – contribui para aumentar o nível de expertise. As agências oferecem minibiografias de seus profissionais, o que permite avaliar suas

bagagens na profissão. Entretanto, quando não faz mais parte da equipe, o perfil é suprimido do site – caso da jornalista Taís Seibt. O leitor não saberá que Taís é jornalista especializada em jornalismo de dados e *fact-checking*. Professora da Universidade Unisinos, é autora da tese de doutorado *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*.

Os perfis funcionam como estratégias para consolidar marcas e reputação, uma vez que procuram, de forma geral, exaltar as qualidades dos repórteres. Mas o silenciamentos como o caso de Taís comprometem essa tática. Nenhuma agência apresentou expertise fraca. A Pública reúne o maior percentual de profissionais com expertise: 57% em muito forte e 43% em forte, e na GN, respectivamente, 34% e 47% e no TBIJ, 40% e 51%. Outro indicador apontado pelo Projeto Credibilidade é *metodologia* – ou seja, informação sobre o método empregado na construção da reportagem. A análise apontou que 66% das reportagens do TBIJ adotam o recurso contra 45% na GN e 32% na Pública.

Com posse desses resultados, consolidamos dados apurar *método e evidência*. Para avaliar método, utilizamos os seguintes subindicadores: *metodologia*, a *expertise*, as *fontes dados*, *outras fontes* e *diversidade*. A Pública apresenta maior índice de reportagens com rigor completo (72%). Nesta classificação, enquadram-se 53% das matérias analisadas da GN e 31% do TBIJ. O gabarito utilizado foi *método completo, parcial e incompleto*. Cabe ressaltar que nenhuma reportagem da Pública foi reputada como incompleta.

A análise apontou que a falta de metodologia aliada à pouca expertise e baixa diversidade explicam a classificação método incompleto em 6% das matérias da GN. A boa expertise auferida no TBIJ se desequilibra em face de poucas fontes complementares e em reportagens construídas com pouca diversidade, o que desfavorece a avaliação do método, que foi parcial em 31% de suas reportagens. A ausência de metodologia, baixa diversidade e poucas fontes complementares foi o que imputou a etiqueta método parcial a 28% das reportagens da Pública.

Com diferenças sutis, a análise revelou que a *diversidade* como característica comum entre as reportagens marcadas com método completo nas três agências. Mesmo o TBIJ, que apresenta apenas 34% de seu *corpus* completo com muita diversidade, tem 66% das 18 matérias cotadas como completas classificadas com bom desempenho em termos de pontos de vista diferenciados. Entre as 22 consideradas completas na GN, 77% registram muita diversidade. A Pública, por

sua vez, demonstrou diversidade em 97% da produção com que foram marcadas com método completo.

O indicador *evidência* tem pertinência com o Projeto Credibilidade no que tange à relevância da presença de citações e referências nas reportagens. Para avaliar o desempenho, o gabarito para evidência foi: *muito forte, forte, moderada e fraca*. Consideramos mais válido adotar, neste caso, o somatório de muito forte e forte. Esta vinculação revela alto grau de evidência: 81% das reportagens da GN, 78% da Pública e apenas 57% do TBIJ (20). Cabe ressaltar que, ao isolarmos o gabarito forte, o resultado é 13, 21% (GN), 36, 17% (Pública) e 6,06% (TBIJ). O baixo índice do TBIJ deve-se à alta incidência de links quebrados – um fator que desequilibra, sobremaneira, a evidência.

A baixa efetividade aliada às fontes não identificadas incorre cotação moderada para 61% das reportagens do TBIJ. Mesmo reportagens avaliadas como completas no indicador *método* e com visualização com muitos elementos têm o desempenho no indicador *evidência* enfraquecido em virtude da baixa efetividade. As reportagens computadas como moderadas, na Pública, revelam presença de fontes não identificadas e ausência de dados abertos, o que desfavorece a evidência.

Um aparente paradoxo, a análise revelou que 30 das 53 reportagens analisadas têm poucos elementos visuais. Dentro desse padrão, estão 81% das reportagens da agência cotadas como moderadas. Por outro lado, 30% das reportagens da Pública rotuladas como moderadas não oferecem links com acesso a documentos.

Vale destacar que o subindicador *fonte não identificada* – que tem natureza negativa – subtrai um ponto em 13 das 20 reportagens do TBIJ cotadas com forte evidência. Observamos, portanto, que alta efetividade e baixa presença de fontes não identificadas demonstram sua relevância nas rotinas de transparência. Depreendemos desse quadro, que, nesse equilíbrio de forças, alta efetividade e baixa presença de fontes não identificadas foram preponderantes para tornar efetiva a transparência.

Para chegar a inferências sobre o grau de transparência, efetuamos o cruzamento dos indicadores método e evidência com o objetivo de enquadrar as agências em um gabarito que se constitui em: *alta transparência, média transparência, baixa transparência e zero transparência*. Na sobreposição de evidência forte e muito forte e método completo, chegamos ao seguintes

percentuais: 66% para a Pública, 37% para a GN e 29% para o TBIJ.

Com alta transparência, destacamos na Pública efetividade em 83% de suas reportagens, diversidade em 72% da produção e expertise muito forte em 43% e forte em 57% de suas reportagens. A ênfase na visualização apontou que 28% do material analisado apresenta bastante elementos e 23%, alguns elementos. Como pontos fracos, que não impactaram o alto desempenho, apontamos a ausência de metodologia em 68% e fontes dados cotadas como moderadas em 32% das matérias.

Com média transparência, a GN se favoreceu do fato de oferecer acesso aos dados em todas as reportagens. A transparência é afetada pela ausência de metodologia em 55% do *corpus*, pouca visualização (57% com poucos elementos e 13% com nenhum) e especialmente o baixo desempenho em diversidade (45% com pouca e 21% com falta) e pouca visualização (57% com poucos elementos e 13% com nenhum). Já o *Bureau* apresentou baixa transparência com nível mais fraco comprometido pela baixa diversidade, ausente em 46% das matérias analisadas e um sistema de hiperlink que se mostrou ineficiente. Se há dados abertos em 86% de suas reportagens, a efetividade é moderada em 43%, o que afeta a transparência.

Dois pontos tornaram-se evidentes: 1) De que vale a utilização de links se estes não funcionam? A baixa efetividade revelada na produção analisada do TBIJ mostrou o quão esse fator negativo interfere na proposta de abrir os dados. A GN, por outro lado, demonstrou um diferencial frente ao TBIJ por abrir os dados em 100% das reportagens analisadas, mas especialmente pela alta efetividade no funcionamento dos links. A diversidade – apontada como critério de qualidade em estudos prévios (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003; LACY & ROSENSTIEL, 2007), por sua vez, surgiu como fator primordial que afeta de forma decisiva a avaliação do método e, no escrutínio geral, impacta a transparência. Portanto, elementos presentes na apuração, digamos, tradicional se mostram relevantes como a categoria fontes complementares.

Com as entrevistas, foi possível consolidar análises a partir do confronto com o resultados obtidos através da metodologia da transparência. A escolha dos entrevistados passou pela observação prévia de sua relevância no processo de produção.

O cruzamento das análises de conteúdo com o teor das entrevistas nos permitiu encontrar quatro categorias: *verificação como fator de precisão, rigor na coleta, valor documental e checagem ao alcance do leitor*. As duas primeiras tangenciam as rotinas de produção e a questão do método. As duas últimas referem-se ao jornalismo de dados como base de dados e a hipótese da tese que estabelece a possibilidade de verificação da qualidade da notícia a partir do ritual de transparência propiciado pelo JDA.

Nos depoimentos, ficou claro que a credibilidade da informação está intrinsicamente relacionada à verificação do material coletado, o que apontou a primeira categoria. Nem todos os jornalistas ouvidos têm habilidades específicas acerca da extração de dados. “Três níveis de verificação” – que significa a conferência feita em equipe – foi uma expressão que surgiu nas entrevistas como método para evitar erros na coleta e, principalmente, interpretações equivocadas. Na história da Pública, a criação da seção Dados, em 2019, mescla-se com a do trabalho de *fact-checking* que a Pública realizava, o *Truco* – proposta que foi descontinuada. De certa forma, o esforço metodológico empreendido nesta tarefa foi absorvido na produção do jornalismo de dados oferecido pelo agência.

A necessidade de desconfiar dos dados e averiguar a confiabilidade dos bancos de dados acessados foi uma constatação recorrente nas entrevistas que apontou a segunda categoria. Neste sentido, para assegurar o rigor na coleta, os jornalistas revelaram que, na dúvida, encaminham as planilhas para conferência por parte de especialistas no assunto referente à coleta. Outra percepção se evidenciou: noção de responsabilidade no trabalho de compilação dos dados. Derrubar a reportagem por inconsistência de dados foi eventualmente necessário ao refazer análises. Em suma, os jornalistas afirmaram que é preciso confiar nos dados que se está coletando, ou seja, na fonte de informação.

A possibilidade de armazenamento de informação facilmente acessada é o que reforça o valor documental do jornalismo de dados abertos. A GN consolidou e demonstrou esse valor ao criar, em agosto de 2021, o portal *GN Hub*, que oferece estruturação de relatórios e análise de dados coletados – a partir da expertise adquirida na produção de suas reportagens. Ancorado na *GN Minera* – ferramenta analítica desenvolvida pela própria organização –, o projeto oferece informação orientada por dados e estruturada em formato de relatórios, a exemplo do que já é realizado pela equipe de reportagem. Como Natália Leão observa na página do GN

Hub, a análise de dados demonstra a dimensão das desigualdades vividas pela população e serve como parâmetro científico que pode ajudar na orientação de ações sociais. Os repórteres destacaram como matérias foram usadas como documentos por autoridades – o que não difere do uso de documentos publicados pela mídia impressa. O diferencial é que o material bruto amplia, sobremaneira, a forma de reutilização da apuração realizada pelas equipes. Em última análise, essa categoria aponta o potencial de impacto do JDA que se subsume ao papel da imprensa na sociedade.

E, por fim, a hipótese da tese – a transparência dos dados abertos na rotina das reportagens das agências em tela permite a verificação dos fatos relatados – foi confirmada a partir das análises de conteúdo e reforçada nas entrevistas que induziram à categoria *checagem ao alcance do leitor*. Os profissionais convergiram na ideia de que abrir dados raspados e compilados, obtidos via *LAI* ou *FOI* ou mesmo construídos pelas equipes, incorre na cultura de acesso e informação com transparência pública. Trazer links para leis e outros documentos, como afirmaram os jornalistas, expõe na prática um exemplo do potencial tanto da coleta rigorosa e atenta quanto da evidência como forma de verificação de narrativas verdadeiras. Outrossim, dados construídos acessíveis em planilhas tornam-se em trunfos enquanto registros documentais.

Mas é importante destacar que nem todas as reportagens de dados analisadas operam na lógica do JDA – com exceção da seção Dados Abertos da GN. Aliado a isso, outro fator que compromete a transparência é, como já foi frisado, a baixa efetividade. Thiago Domenici, editor e repórter da Pública, trouxe um questionamento muito relevante: se o leitor não confia na informação do veículo, por que vai confiar nas planilhas? Essa reflexão bastante pertinente revela não somente as limitações dessa forma de publicar notícia. Toca num ponto que funciona aqui como conclusão: nem o jornalismo de dados abertos, com toda a evidência que proporciona, se descola do imperativo da crença.

É notável e preciosa a forma como os próprios jornalistas entrevistados refletem sobre o alcance do JDA e suas implicações nas rotinas. Como já foi ressaltado, somente uma pesquisa de recepção pode medir o quanto a estratégia adotada pelas agências Pública, Gênero e Número e *The Bureau of Investigative Journalism* impacta a confiança do leitor. O trabalho de coleta e análise de conteúdo, a partir da *metodologia da transparência*, entretanto, evidenciou a

possibilidade real de verificação da qualidade da informação e o quanto isso fica transparente para o leitor.

6. Referências bibliográficas

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ABEL, Elie. Hutchins Revisitado: Trinta e Cinco Anos da Teoria da Responsabilidade Social. *In*: SCHMUHL, Robert (Org). **As responsabilidades do jornalismo**. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1984.

ABRAMSON, Jill. **Merchants of Truth**: the business of news and the fight for facts. New York: Simon & Schuster, 2019.

ADGHIRNI, Zélia Leal. O Jornalista: do mito ao Mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, volume 2, n. 1, pp.45-57, 2005. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/viewFile/5928/5399>. Acesso em 14 jun. 2016.

ADGHIRNI, Zélia Leal; RIBEIRO, Gilseno de Souza Nunes. Jornalismo online e a identidade profissional do jornalista. Trabalho apresentado no GT Estudos de Jornalismo do X Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. **Anais...** Brasília: Compós, 2001.

AGARWAL, Ritu; DHAR, Vasant. Editorial-Big Data, Data Science, and Analytics: The Opportunity and Challenge for IS Research. **Information Systems Research** 25(3):443-448, 2014. Maryland: Institute for Operations Research and the Management Sciences. Disponível em <https://doi.org/10.1287/isre.2014.0546>. Acesso em 7 nov. 2021

AGUIAR, Leonel Azevedo de. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. *In*: RODRIGUES, Carla. (Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro; Porto Alegre: PUC-Rio; Sulina, 2009, p. 163-182.

_____. Critérios de noticiabilidade no jornalismo investigativo. *In*: Gislene SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da Silva; FERNADES, Mario Luiz (Org.). **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. 1ed. Florianópolis: Insular, 2014, p. 220-235.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTTI, A. Jornalismo amador: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. *In*: Intercom – XXXIV Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Recife, 2011. **Anais...** Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1146-1.pdf>. Acesso em 08 maio 2015.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; NEDER, Vinicius. Práticas jornalísticas e políticas públicas: indicadores de análise das coberturas sobre crianças e adolescentes. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), v.7, pp.226-236, 2010.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; RODRIGUES, Claudia Miranda. As rotinas produtivas do coletivo Mídia Ninja: narrativas jornalísticas e midiativismo. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v.16, pp.157-168, 2019a.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; RODRIGUES, Claudia. Precisão e credibilidade: agências independentes de jornalismo e o uso do big data. **Esferas**, v.8, pp.109-120, 2019b.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; SCHAUM, Angela. Híbrido Glocal, Ciberativismo e Tecnologia da Informação. **Polêmica**, Rio de Janeiro, v.9, n.4, pp. 130-147, out./dez. 2010. Disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/2829/1956>. Acesso em 18 jun. 2016.

ALBERTOS, José Luis Martínez. **El Ocaso del Periodista**. Catalunha: Editora Cims, 1998.

ALLAN, Stuart; PETERS, Chris. Visual truthsofcitizenreportage: fourresearchproblematics. *Information, Communication&Society*, v. 18, Issue 11.pp

ALLEN, David S. The trouble with transparency. **Journalism Studies**, v.9, n.3, pp.323-340, 24 abr. 2008. DOI: 10.1080/14616700801997224.

ALTHEIDE, David L. **Creating Reality: How TV News Distorts Events**. Beverly Hills, Ca: Sage Publications, 1976.

AMARAL, Luiz. **A Objetividade Jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzato,1996.

ANDÉN-PAPADOPOULOS, Kari; PANTTI. **Re-imagining crisis reporting: Professional ideology of journalists and citizen eyewitness images**. *Journalism*, N.7, 2013. p.960-977. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884913479055>.

ANDERSON, C. W.; De MAEYER, J. Objects of Journalism and the news. **Journalism**, v.16, n.1, pp.3-9, 2015.

ANDERSON, C.W. **Apostles of Certainty: Data Journalism and Politics of Doubt**. Oxford/Reino Unido: Oxford University Press, 2018a.

ANDERSON, C.W. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, n.5, abr./jun. 2013.

ANDERSON, C.W. Journalism as procedure, journalism as values. **Journalism**, v.20, n.8. pp.8-12, 19 dez. 2018b. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884918806732>. Acesso em 07 jul. 2020.

ANDERSON, C.W. Journalism of fear. Versão modificada da aula inaugural concedida pelo autor em 24 out. 2018c. Leeds (Reino Unido): Universidade de Leeds, 2018c.

ANDERSON, C.W. **Towards a Sociology of Computational and Algorithmic Journalism**. New Media and Society, 2013.

ANDERSON, Chris W. Between the Unique and the Pattern: Historical Tensions in Our Understanding of Quantitative Journalism. **Digital Journalism**, v. 3, 3ed., pp. 349-363, 2015.

_____. Blowing up the newsroom: Ethnography in an Age of Distributed Journalism. *In*: PATERSON, C; DOMINGO, D. (Orgs.), **Making Online News**. New York: PeterLang, 2011. Pp.151-160.

_____. Journalism: Expertise, authority, and power in democratic life. *In*: HESMONDHALGH, David; TOYNBEE, Jason (Orgs.). **The Media and Social Theory**, pp.248-264. London: Routledge, 2008.

_____. **Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age**. Philadelphia, PA: Temple University, 2013.

ANDERSON, Christopher W. C.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present**. Nova York: Tow Center for Digital Journalism, 2012.

ANDRADE, Ana Paula Goulart de. **Telejornalismo Apócrifo: a construção da notícia com imagens amadores e de vigilância**. Florianópolis: Insular, 2018.

APPELGREN, Ester; NYGREN, Gunnar. Data journalism in Sweden: Introducing new methods and genres of journalism into “old” organizations. **Digital Journalism**, v.2, n.3, pp.394-405, 2014.

ARENDT, Hanna. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1954/2016.

_____. **Entre o passado e o futuro**. 1958/2014. São Paulo: Perspectiva

_____. Truth and Politics. *In*: **Between Past and Future**. Nova York: Penguin Books, 2006.

BAACK, S. Datafication and empowerment: How the open data movement re-articulates notions of democracy, participation, and journalism. **Big Data & Society**, v.2, n.2, 2015.

BAILEY, Olga; CAMMAERTS, B; CARPENTIER, Nico. **Understanding Alternative Media** - issues in cultural and media studies. Inglaterra, Berkshire: Open University Press, 2007

BAKHTIN, Mikhail, **Estetika Slovesnogo Tvortchestva**. Edição brasileira, 1979 (Edição brasileira: **Estética da Criação**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BAKKER, P. Mr. Gates returns: Curation, community management and other new roles for journalists. **Journalism Studies**. V.15, n.5, pp.596-606, 2014.

BARBOSA, Suzana Oliveira; TORRES, Vitor. O paradigma 'Jornalismo Digital em Base de Dados': modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia** (Online), n25, p.152-164, jun. 2013. Disponível em <https://www.scielo.br/j/gal/a/tmKP7Vf759RC7GjmRYNNf6n/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 27 out. 2021.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): Um paradigma para produtos digitais dinâmicos**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. PósCOM/UFBA, 2007. Disponível em: <http://migre.me/aTuYN>. Acesso em 27 out. 2021

_____. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. *In*: FLORES VIVAR, J.M.; RAMÍREZ, F.E. (Eds.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid: Editorial Fragua, pp.271-283, 2009.

_____. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística. *In*: **Textual & Visual Media**. Revista de la Sociedad Española de Periodística, Madri, v.1, pp.87-106, 2008.

BARBROOK, R. A regulamentação da liberdade: liberdade de expressão, liberdade de comércio e liberdade de dádiva na rede. *In*: COCCO, G.; GALVÃO, A. P.; SILVA, G. (orgs). **Capitalismo cognitivo: trabalho, redes e inovação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network journalism: converging competences of old and new media professionals. **Australian Journalism Review**, v.23, n.2, pp.91-103, dez. 2001. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/267969191_Network_Journalism_Converging_competences_of_old_and_new_media_professional. Acesso em 27 set. 2021.

BARNHURST, Kevin G.; NEGRONI, John. Journalism History. *In*: HANITZCH, Thomas; WAHL-JORGENSEN, Karin. **The Handbook of Journalism Studies**. Nova York: Routledge, 2009.

BARNHURST, Kevin. **Seeing the Newspaper**. New York, NY: St. Martin's. 1994

BARSOITI, A; AGUIAR, L. **A invisibilidade da home page e as mudanças nos modos de leitura das notícias**. *In*: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 26, GT de Estudos do Jornalismo, 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Compós, 2017.

_____. Mudanças nos modos de leitura das notícias e perda de importância da home page. **ALCEU**, v. 36, p. 122-141, 2018.

BARSOTTI, Adriana. Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais. **Contracampo**, v. 37, p. 168-191, 2018a.

_____. **Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência**. 1ª ed. Florianópolis: Insular, 272, pp.2014.

_____. Os limites da objetividade jornalística no século XXI. In: 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021, Virtual. **Anais...**, 2021

_____. **Primeira página: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação PUC Rio, 2017.

_____. **Uma história da primeira página: do grito ao silêncio no jornalismo em rede**. Florianópolis: Insular, 2018b.

BAUMAN, Zygmunt. **A modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006

BÉAUD, Paul. **La société de connivence: Media, mediations et classes sociales**. Paris: Aubier, 1984.

BECKER, Beatriz. **Convergência x Diversidade: repensando a qualidade das notícias na TV**. *Brazilian Journalism Research*, v.8, n.2, 2012, pp. 44-63. Disponível em <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/416/380>. Acesso em 17 jul. 2016.

BENEDETI, Carina Andrade. **A Qualidade da Informação Jornalística: do conceito à prática**. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, Antonio; PINTO, Milton José (org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996, p. 188-193.

_____. Otto Groth e a essência do Jornalismo. **Revista Galáxia**, São Paulo. n. 22, p.275-278, dez., 2011.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **The Social Construction of Reality**, 1966. Trad. Bras. **A Construção Social da Realidade**. Petrópolis, Vozes, 1973.

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados abertos. Um modelo teórico para design do sistema narrativa no sistema no jornalismo digital.** Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. 245p, 2013

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das Mídias.** São Paulo: EDUSC, 1999.

BIANCONI, Giulliana. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 18 jan. 2021.

BITTENCOURT, M.C.A. A Mídiatização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja. **Dossiê**, ano 2, v.2, n.30, jan/abr 2014. Disponível em <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/644/pdf> . Acesso em 18 jun. 2016.

BLUMLER, Jay; GUREVITCH, Michael. **The Crisis of Public Communication.** Londres: Routledge, 1995.

BOCZKOWSKI, P. **Digitizing the News.** Cambridge, M.A.: The MIT Press, 2004.

BORGES-REY, E. Towards an epistemology of data journalism in the devolved nations of the United Kingdom: Changes and continuities in materiality, performativity, and reflexivity. **Journalism**, v.21, n.7, pp.915-932, fev. 2017.

_____. Unravelling data journalism: A study of data journalism practice in British newsrooms. **Journalism Practice**. 10 (7), pp. 833-843, 2016.

BOUTAUD, Charles. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues em 11 out. 2019. Londres: The Bureau of Investigative Journalism.

BOYNTON, Robert S. **Checkbook Journalism Revisited: Sometimes We Owe Our Sources Everything.** Columbia Journalism Review, 46, n.5, pp.12-15, 2008.

BRADSHAW, Paul. **Scraping for journalists.** How to grab data from hundreds of sources, put it in a form you can interrogate – and still hit deadlines. Leanpub books (ebook), 2017.

_____. **The Online Journalism Handbook: Skills to survive in the digital age.** Harlow: Pearson, 2012.

BRAMBILLA, Ana Maria. A identidade profissional no jornalismo *open source*. **Em questão**, Porto Alegre, jan-jun, v.11.n.1, p.103-119, 2005.

BRASIL. **Lei de Acesso à Informação - LAI.** Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Brasília: 18 nov. 2011. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acesso em 20 nov. 2020.

BREED, W. Controlo social na redacção: uma análise funcional. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999, p. 152-166.

BREVINI, Benedetta; HINTZ, Arne; McCURDY, Patrick (Eds). **Beyond WikiLeaks: Implications for the Future of Communication**. Journalism and Society, 2013.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005.

BRUNVAND, Jan H. **American Folklore: An Encyclopedia**. Nova York: Routledge, 1996.

BUCHER, Tania. Machines don't have instincts': Articulating the computational in journalism. **New Media & Society**, v. 19(6), pp.918-933. Nova York: Sage Publishing, 2017.

BURGE, Tyler. **Origins of Objectivity**. Oxford: Oxford University Press, 2010.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento** (de Gutenberg a Diderot). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CABRA, Mar. What the Panama Papers say. Palestra na Trust in Journalism Conference 2019. Prospero House, 17 dez., Central London, 2019.

CAIRO, Alberto. **How Chars Lie**. Getting smarter about Visual Information. New York, NY: Norton & Company, 2019.

CAMMAERTS, Bart. Activism and Media. *In*: CAMMAERTS, Bart; CARPENTIER, Nico. **Reclaiming the media: Communication Rights and Democratic Roles**. Bristol: Intellect Books. 2007, pp. 217-220.

_____. **Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação**. Matrizes, São Paulo, jul-dez, 2013, ano 7, n.2, pp. 13-36. Disponível em www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/69404/71970. Acesso em 18 jun 2016.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**, pp. 03-24. Coimbra: LabCom, 2014.

_____. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. *In*:

CANAVILHAS, João; BACCIN, Alciane; SATUF, Ivan. A era pós-PC: a nova tessitura da narrativa jornalística na web. *In*: PEIXINHO, Ana Teresa; ARAÚJO, Bruno. **Narrativa e Mídia**. Gênero, figuras e contextos. Coimbra: Coimbra University Press, 2017.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan; DE LUNA, Diógenes; TORRES, Vitor; BACCIN, Alcione; MARQUES, Alberto. Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações online. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v.23, n.3, set., out., nov. e dez. 2016.

CARLSON, Matt. Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. **Information, Communication & Society**, v. 23, 3ed., pp.374-388, 2020.

_____. The many boundaries of journalism. In: CARLSON, Matt; LEWIS, Seth (Orgs.). **Boundaries of Journalism**. London: Routledge, 2015

CASASÚS, J. M. e LADEVÉZE, L. N. *Estilo y Géneros Periodísticos*, Barcelona: Ariel, 1991.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **A Sociedade em rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. V.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **Network of Outrage and Hope**. Cambridge: Editora Polity, 2012.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de. Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores. **Comunicação e Informação**, série Debates CI, n.6, nov. 2010. Brasília: Unesco Office in Brasilia.

CHALABY, Jean. O jornalismo como invenção anglo-americana. Comparação entre o jornalismo francês e o anglo-americano (1830/1920). **Mídia e Jornalismo**, n.3, 2003

CHARBONNEAUX, Juliette; GKOUSKOU-GIANNAKOU, Pergia. O jornalismo de “dados”, uma prática de investigação? Um olhar sobre os casos alemão e grego. **Brazilian Journalism Research**, 17 dez. 2015, v.11, n.2. Disponível em <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/592>. Acesso em 15 maio 2018.

CHRISTIANS, Clifford G.; ROTZOLL, Kim B.; FACKLER, Mark. **Media Ethics: Case and Moral Reasoning**. White Plains, Nova York: Longman, 1991.

CHRISTIANS, C. G.; GLASSER Theodore L; McQUAIL, Denis; NORDESTRENG, Kaarle; WHITE, Robert A. **Normative Theories of the Media**. Illinois: Illinois University Press, 2009.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Indicadores de Qualidade no Jornalismo: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros. **Série Debates CI** (Unesco), v.3, p.1-61, 2010.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; BECKER, Denise. Retos para la adopción de la transparencia en la agenda de ética periodística en America Latina. **Sintaxis**, Revista Científica del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, v.1, n.5, pp.11-30, 2020

CHRISTOFOLETTI, Rogério; Francisco José Karam. Ethical risks, informers, whistleblowers, leaks, and clamor for transparency. **Brazilian Journalism Research**, v.12, n.2, 2016.

_____. **Jornalismo Investigativo e Pesquisa Científica**: Fronteiras. Florianópolis: Insular, 2015

_____. O caso do Brasil: Valores, códigos de ética e novos regramentos para o jornalismo nas redes sociais. **Cuadernos de Información**, n.29, pp. 25-34, jul.-dez. 2011.

_____. **Transparência no jornalismo: valor ético, compromisso público e desafio prático para profissionais e a indústria**. Projeto de pesquisa, 2019-2022, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Grupo de Pesquisa: Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). Disponível em <https://ppgjor.posgrad.ufsc.br/files/2012/01/Transparência-no-jornalismo-valor-ético-compromisso-público.pdf>. Acesso em 09 set. 2020.

CIRINO, Robert. **Don't blame the People**: How the News Media Use Bias, Distortion and Censorship to Manipulate Public Opinion. Los Angeles: Diversity Press, 1970.

CLARK, Roy Peter. **The Ethics of Attribution**. In: KRAMER, Mark; CALL, Wendy (eds.) Telling True Stories: A Nonfiction Writer's Guide From the Niemann Foundation at Harvard University. New York: Plume, 2007, pp. 189-192.

COCCO, Giuseppe; GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo (Orgs). **Capitalismo Cognitivo** – trabalho, redes e inovação. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

CODDINGTON, Mark. Building Frames Link by Link: The Linking Practices of Blogs and News Sites. **International Journal of Communication**, 6, 2012.

_____. Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. **Digital Journalism**, 3(3), pp.331-348, 2015.

_____. Defining and mapping data journalism and computational journalism. In: ELDRIDGE, Scott; FRANKLIN, Bob. New York: **The Handbook of Developments in Journalism Studies**. Routledge, 2018.

COHEN, S, HAMILTON, J.T.; TURNER, F. Computational journalism: How computer scientists can empower journalists, democracy's watchdogs, in the production of news in the public interest. **Communications of the ACM** 54(10): 66-71, 2011.

COLEMAN, Stephen; BLUMLER, Jay G. **The Internet and Democratic Citizenship** – theory, practice, and policy. Nova York: Cambridge University Press, 2009.

CONSENTINO, Gabriele. **Social media and the Post-Truth World Order**. Palgrave MacMillan, 2020.

CORNU, Daniel. Da deontologia do jornalismo à ética da informação. *In*: PEIXINHO, Ana Teresa; CAMPONEZ, Carlos; VARGUES, Isabel; FIGUEIRA, João (orgs). **20 anos de jornalismo contra a indiferença**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2015.

_____. **Jornalismo e Verdade: Para Uma Ética da Informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CORREA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador – O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. *In*: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 21, GT de Cibercultura, 2012, Juiz de Fora. **Anais... Juiz de Fora: Compós**, 2012.

COSTA-SÁNCHEZ, Carmen; LÓPEZ-GARCIA, Xosé. Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. **El profesional de la información**, v.29, n.3, e290304, 2020.

COSTELLA, A. **Comunicação - Do Grito ao Satélite**. 3a edição. São Paulo: Editora Mantiqueira, 1984.

COX, James; GOLDMAN, Alvin. Accuracy in journalism: an economy approach. *In*: SCHMITT, Frederick (Orgs.). **Socializing epistemology: the social dimensions of knowledge**. Boston: Rowman & Littlefield Publishers, pp. 189-215, 1994.

CRAFT, Stephanie; HEIM, Kyle. Transparency in Journalism: Meanings, Merits, and Risks. *In*: WILKINS, Lee; CHRISTIANS, Clifford (eds). **The handbook of mass media ethics**. Nova York/Londres: Routledge, 2009.

CRARY, Jonathan. **Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century**. Cambridge: MIT, 1992.

D'ANCONA, **Pós-Verdade**. A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempo de Fake News. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DASTON, L. GALISON. P. **Objectivity**. Nova York: Editions Zone Book, 2007.

DAVIES, Gareth. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues via email em 23 de junho, 2021.

DE MAEYER, Juliette. The journalistic Hiperlynk. Prescriptive discourse about linking in online news. **Journalism Practice**. 6:5-6, pp.692-701, 2012.

Disponível em

https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/16410/DeMaeyer_JournalisticHyperlinks.pdf?sequence=1. Acesso em 31 out. 2021.

_____. **L'usage journalistique des liens hypertextes**. Étude des représentations, contenus et pratiques à partir des sites d'information de la presse belge francophone [Journalistic use of hyperlinks: A study of representation, contents and practices on news websites from the French-speaking Belgian press] Tese (PHD). Université Libre de Bruxelles, Belgium (Universidade Livre de Bruxelas, Bélgica). Bruxelas, 2013.

DE MAEYER, Juliette; DELVA, Jonn. A transitional Moment: Computer in the Newsroom (1960s-1980s). *Conférence Future of Journalism*. Cardiff/País de Gales: Cardiff University, **anais...**, 2019.

DE MAEYER, Juliette; HOLTON, Avery E. Why linking matters: A metajournalistic discourse analysis. **Journalism**, v.17, n.6, pp.776-794, 2016.

_____. Journalism in Liquid Modern Times: an Interview with Zygmunt Bauman. **Journalism Studies** 8(4), 671-679, 2007.

_____. Journalism, Media Life, and the Entrepreneurial Society. **Australian Journalism Review** 36(2), p. 119-130, 2014,

_____. The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. **International Journal of Communication** 1, 2008. Disponível em <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/290/197>. Acesso em 9 nov. 2021.

DEUZE, M; WITSCHGE, Tâmara. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**, v.4, n.2, P. 8-20, 2016.

_____. Além do jornalismo. **Revista Leituras do Jornalismo**, ano 02, v.02, n.04, p. 1-31, 2015.

DEUZE, Mark. Journalism and the web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. **Azette** v. 61, n.5, pp.373-390. Thousand Oaks & New Delhi [0016-5492(199910)61:5;373-390;009821]. Londres: Sage Publications, 1999. Disponível em:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1058.6165&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em 20 out. 2021.

_____. **The web and its journalisms**: considering the consequences of different types of newsmedia online, 2003.

_____. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism** 6(4), pp.442-464, 2005.

DEXTER, Lewis Anthony; WHITE, David Manning (orgs.). **People, society, and mass communications**. Nova York: Free Press of Glencoe, 1964.

DIAKOPOULOS, Nicholas; ESSA, Irfan. An Annotation Model for Making Sense of Information Quality in Online Video. In: International Conference on the Pragmatic Web, Uppsala, Sweden set. 28-30. Sweden. **Anais...** 2008.

DIAS, Paulo da Rocha. Os relatos jornalísticos. **Estudos de Jornalismo e Mídia**. V. 1, N. 2, p 13-29, 2º Semestre, 2004.

DICKEN-GARCIA, H. **Journalism Ethics in the 19th Century America**. Madison, WI: University of Wisconsin, 1989.

DIP, Andrea. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 30 mar. 2021.

DOMENICI, Thiago. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 17 mar. 2021.

DONAHUE, G.A.; TICHENOR, Philip; OLIEN, C.N. A Guard Dog Perspective on the Role of the Media. **Journal of Communication**, 1995, n.45, v.2, pp. 115-132.

DONSBACH, Wolfgang. Legitimacy Through Competence Rather Than Value Judgments. The Concept of Journalistic Professionalization Reconsidered. **Gazette**, v.27, 1981.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DURANTI, Luciana; ROGERS, Corinne. **Trust in Online Records and Data**. Research Gate, jan. 2014. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/290042093_Trust_in_Online_Records_and_Data. Acesso em 11 set. 2020.

EL ESAWI, Fatima; CAMMAERTS, Bart. Shifting Journalistic Roles in Democratic Transitions: Lessons from Egypt. **Journalism**, v.17, n.5, pp.549-566, 2015.

ELEY, Geoff, "Nations, Publics, and Political Century: Placing Habermas in the Nineteenth Century. In CALHOUN, Craig. **Habermas and the Public Sphere**. Cambridge: MIT Press, 1992.

ERICSON, Richard; BARANEK, Patricia; CHAN, Janet B.L. **Visualizing Deviance**. A Study of News Organizations. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

ESPINOZA, B. Tratado das autoridades teológica e política. In: **Oeuvres complètes**. Paris: Gallimard, 1984.

ETTEMA, James S., GLASSER, Theodore. **Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue**. New York: Columbia University Press, 1998.

ETTEMA, James S., GLASSER, Theodore. On the Epistemology of Investigative Journalism. **Comunicacion**, v.8, pp. 183-206, 1985.

FELLE, Tom. Accountability meets engagement: data journalism's watchdog role. *In*: FELLE, Tom; MAIR, John; RADCLIFFE, Damian. **Data Journalism: Inside the global future**. Suffolk: Theschoolbook.com, 20 out. 2015.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória: 04 ago 2007. Disponível em <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em 09 set. 2020.

FERRARI, Marília. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues em 9 fev. 2021.

FEW, Stephen. **Information Dashboard Design: Effective Visual Communication of Data**. O'Reilly, 2006.

_____. **Show Me the Numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten**. Analytics Press, 2004.

FIDALGO, António. A resolução semântica no jornalismo online. *In*: BARBOSA, S. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**, Universidade da Beira Interior. Covilhã: Labcom, 2007.

FIDALGO, Joaquim. A questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas. **Comunicação e Sociedade 2**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, v. 14 (1-2), pp.319-337, 2000. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/>

FÍGARO, Roseli. O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo: Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. São Paulo: Universidade de São Paulo - USP, 2012. 214 p. Disponível em http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/relatorio_final_2012.pdf. Acesso em 14 jun. 2016.

FINK, Katherine; ANDERSON, C. W. Data Journalism in the United States: Beyond the “usual suspects”. **Journalism Studies**, 6 (4), pp.467-481, 2015.

FLEW, Terry; SPURGEON, Christina; DANIEL, Anna; SWIFT, Adam. The promise of computational journalism. **Journalism Practice** 6(2): pp.57-171, 2012. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2011.616655>.

FLORES, Daniel. Documentos digitais; ações de preservação destes documentos. **Biblioo Cultura Informacional**. 18 out. 2013. Disponível em <https://biblioo.info/documentos-digitais/>. Acesso em 20 set. 2020.

FONSECA, Bruno. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 16 abr. 2021. (ver cap 4)

FOPEA – Forum de Periodismo Argentino. Código de Ética do Fórum de Jornalismo Argentino. 1º Congresso Nacional de Ética Jornalística, 25 nov. 2006. Tradução para o português de Isadora Mafra Ferreria. **ObjETHOS** – Observatório de Ética Jornalística, 2006. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/codigo-argentina.pdf>. Acesso em 12 jan 2021.

FORSTER, E.S.; FURLEY, D.J. **ARISTOTLE**. On Sophistical Refutations, On Coming to Be and Passing Away, On the Cosmos. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.

FORSYTH, Donelson. A Taxonomy of Ethical Ideologies. **Journal of Personality and Social Psychology**. V.39, n.1, pp.175-184, 1980.

FORSYTH, Donelson; BOYLE, Ernest H.; MCDANIEL, Michael. East Meets West. A Meta-Analytic Investigation of Cultural Variations in Idealism and Relativism. **Journal of Business Ethics**. V.83, n.4, pp. 813-833, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A coragem e a verdade**. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2011

_____. **Vigiar e Punir**. Nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1997

FRANCISCATO, C.E. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M.P/ FERNANDES, M.L. Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

_____. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Aracaju: Editora UFS, 2005.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo; GUERRA, Josenildo. Contributions of Qualitative Research to Journalistic Reporting. **Brazilian Journalism Research**. V.2, n.2, semestre 2, 2006.

FREYRE, Gilberto. Tempo morto e outros tempos: trechos de um diário de de adolescência e primeira mocidade. São Paulo: Global Editora, 2006

FRIENDLY, M. (. A brief history of data visualization. In: CHEN, C.H; HARDLE, W; UNWIN (Eds.). **A Handbook of data visualization**. Pp 15-56. Berlin: Springer, 2008.

FROST, Adam.; STURT, Tobias, To visualise is to dramatise: storytelling with data. In: 2015. FELLER, Tom; MAIR, Jonh; RADCLIFFE, Damian (Eds.). **Data Journalism: Inside the global future**. P 39-53 London: The School Book, 2015.

GABLER, N. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GALISON, Peter. Journalist, Scientist, Objectivity. PADOVANI, Flavia; TSOU, Jonathan Y.; RICHARDSON, Alan. In: **Objectivity in Science: New Perspectives from Science and Technology Studies**. p. 57-78 Boston: Springer, 2015.

GANS, H. Deciding. **What's News**. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, News, Newsweek, and Time. Nova York: Pantheon Books, 1979.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1981/2017

GEHRKE, Marília. **O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre, 2018a. Disponível em <https://core.ac.uk/download/pdf/293604717.pdf>. Acesso em 11 ago. 2020.

_____. **Transparência no método como valor para o jornalismo**. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo, nov. 2018b. **Anais...** São Paulo

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2012.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

_____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GILLMOR, Dan. **We the Media** – grass roots journalism by the people, for the people. Sebastopol: O'Reilly, 2006.

GITLIN, Todd. News Is What Newspapermen Make It. In: DEXTER, A; MANNING, D.M. **People Society and Mass Communication**. Nova York: Free Press, 1964.

_____. News is what newspapermen make it. In: LEWIS, Antony Dexter; WHITE, David (Eds.). **People, society and mass communications** (pp. 172-182). New York: Free Press, 1964.

_____. **The Whole World is Watching**. Londres: University of California Press, 2003.

GOLDMAN, Alvin. What is justified belief? *In*: PAPPAS, G. S. **Justification and Knowledge**. Dordebrecht: Reidel Publishing Company, 1979.

GONÇALVES, Elias Machado. **La estructura de la noticia en las redes digitales** (Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo). Tese de doutorado. Universidad Autónoma de Barcelona, jun. 2000. Disponível em http://www.gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2000_machado_tese.pdf. Acesso em 12 out. 2021.

GOODY, Jack. **Domestication of Savage Mind**. Lisboa: Presença, 1977. Trad. Port. Domesticação do Pensamento Selvagem. Petrópolis: Vozes, 2012.

GORZ, André. **O imaterial** – conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2003.

GOZZINI, Giovanni. *Storia del giornalismo*. Milão: Bruno Mondadori, 1996.

GRAHAM, Peter. Testimonial entitlement and the function of comprehension. *In*: HADDOCK, Adrian; MILLAR, Alan; PRITCHARD, Duncan (org.). **Social epistemology**. Nova York: Oxford University Press, 2010. p. 148-174.

GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology**. Tese. Doutorado. Columbia University. Nova York, 2013.

GRAY, J; BOUNEGRU, L.; CHAMBERS, L (eds). **The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News**. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2012.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUERRA, Josenildo Luiz. **A objetividade no jornalismo**. 183p. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 1998.

_____. **Neutralidade e imparcialidade no jornalismo: da teoria do conhecimento à teoria ética**. 17p. *In*: XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/Intercom 99, 1999.

_____. **O percurso interpretativo da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS, 2008.

_____. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. 183p. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. – UFBA. Salvador, 2003.

_____. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. São Cristóvão: Editora UFS, 2006.

_____. QualiJor – sistema de gestão da produção jornalística orientado para a qualidade editorial: pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. **E-compós**, v.19, n.3, 28 dez. 2016. Disponível em <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/1291/908>. Acesso em 23 nov. 2021.

_____. Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental. *In: Qualidade no Jornalismo, Democracia e Ética II*, v. 17, n.1, 18 jun.2020. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2020v17n1p54/43591>. Acesso em 23 nov. 2021.

_____. Sistema de Gestão da Qualidade aplicado ao Jornalismo: uma abordagem inicial. **Série Debates CI** (Unesco), v. 3, p. 1-61, 2010.

GYNNILD, Astrid. Journalism innovation leads to innovation journalism: The impact of computational exploration on changing mindsets. **Journalism** 15(6), pp.713-730, 2014.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. *Theory and Society*, 13 (40), 2003.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brian. A produção social das notícias: o mugging nos media. *In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, pp.309-344. Lisboa: Veja, 1999.

_____. **O discurso filosófico da modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A, 1992/2006

HALLIN, Daniel. **Keep America on the Top of the World: Television Journalism and The Public Sphere**. Nova York: Routledge, 1996.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. **Comparing Media Systems: The Three Models of Media and Politics**. Cambridge/Reino Unido: Cambridge University Press, 2004.

_____. Political Structure and Representational Forms in US and Italian TV News. **Theory and Society**, v.13, n.6, pp. 829-850. Springer, 1984.

HAMMOND, Philip. **From computer-assisted to data-driven: Journalism and Big Data**. **Journalism**, v. 18(4) 408-424, 2017.

HANITZSCH, Thomas; FOLKER, Hanusch; RAMAPRASAD, Jyotika; DE BEER, Arnold S. **Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe**. Columbia, Nova York: Columbia University Press, 2019.

HANSON, G.; WEARDEN, S.T. Measuring newscast accuracy: applying a newspaper model to television. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 81 (3), p.546- 558, 2005.

HARLOW, Summer; SALAVERRÍA, Ramon. “Regenerating Journalism”. **Digital Journalism**, 4, N.8, p. 1-19, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2015.1135752>. Acesso em 16 out. 2020

HARSIN, J. **Post-Truth and Critical Communication Studies Jayson Harsin**. Oxford research encyclopedia of communication. Dez. 2018. Disponível em <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-757?print=pdf>. Acesso em 07 out. 2021.

HARTLEY, J. Communicational democracy in a redactional society. **Journalism** 1(1), 39-47, 2000.

HAYES, A.; SINGER, J.; CEPPOS, J. Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age. **Journal of Mass Media Ethics**, v.22, n.4, pp.262-279, 2007.

HEAL, Alexandra. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, em 25 out. 2019.

HERAVI, Bahareh; CASSIDY, Kathryn; DAVIS, Edie; HARROWER, Natalie. Preserving Data Journalism: A Systematic Literature Review. **Journalism Practice**, 31 mar. 2021. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2021.1903972>. Acesso em 20 set. 2021.

_____. Data Journalism in 2017: a Summary of Results from the Global Data Journalism Survey. In: European Data and Computational Journalism Conference, 2018. **Anais...**Cardiff, País de Gales, EDCJ, 2018.

HERCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. *In*: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

HERMAN, Eduard S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: the political economy of mass media**. Nova York: Pantheon Books, 2002.

HERMIDA, Alfred; YOUNG, Mary Linn. **Data Journalism and the Regeneration of the News**. Routledge, 2019.

_____. Finding the data unicorn: a hierarchy of hybridity in data computational journalism. **Digital Journalism**, v.5 (2), pp.159-176, 2017.

_____. Nothing but the truth: Redrafting the journalistic boundary of verification. In: CARLSON, Matt; LEWIS, Seth C. (Eds.). **Boundaries of Journalism**. Professionalism, Practices and Participation. London: Routledge, 2015.

HEWETT, Jonathan. Collaborative Learning: From CAR to data journalism and Hacks/Hackers. *In*: MAIR, John; KEEBLE, Richard Lance; LUCERO, Megan; MOORE, Martin. **Data Journalism: past-present-and-the-future**. Suffolk: Abramis, 2017.

HOFSTADTER, Richard. **Anti-Intellectualism in American Life**. New York: Vintage, 1963.

HOWARD, Alexander B. **The Art and Science of Data-Driven Journalism**. Nova York: Tow Center for Digital Journalism, 2014.

HUFF, Darrel. **How to lie with Statics**. Westminster: Penguin Books, 1993.

JACOBY, Susan. **The Age of American Unreason**. Nova York: Pantheon Books, 2008.

_____. **The Dumbing of America**. The Washington Post. 17 de fevereiro, 2008.

JANOWITZ, Morris. Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate. **Journalism Quarterly**, V.52, n. 4, 1975

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. Nova York: New York University, 2013.

JOHNSON, Wendell. Word and not-words. *In*: **Mass Media and Communication**. STEINBERG, CHARLES. Nova York: Hasting House, 1966.

JOHNSTONE, John; SLAWSKI, Edward; BOWNAN, Wiliam. **The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work**. Urbana: University of Illinois Press, 1976

JONES, J. Clement. **Mass Media Codes of Ethics and Councils**. A comparative international study on professional standards. Paris: Unesco Press, 1980.

JONES, Janet; SALTER, Lee. **Digital Journalism**. Londres: Sage, 2012.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo, Summus, 2004.

_____. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KARLSEN, J.; STAVELIN, E. Computational Journalism in Norwegian newsrooms. **Journalism Practice**. 8 (1), n. 1, pp. 34-38, 2014.

KARLSSON, Michael. Rituals of Transparency. Evaluating Online News Outlet's Uses of Transparency Rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. **Journalism Studies**, v.11, n.4, pp.535-545, 8 jul. 2010.

_____. The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. **Journalism**, V.12, N. 3, p. 279-295, 2011.

_____. Visibility of Journalistic Processes and the Undermining of Objectivity. Paper apresentado para a International Communication Association - ICA. **Anais...**Montreal, Canadá, maio 2008.

KARLSSON, Michael.; CLERWALL, Christer. Transparency to the Rescue? **Journalism Studies**, 19:13, p. 1923-1933, 2018

KAVANAGH, Jennifer; RICH, Michael. **Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life**. Santa Monica: Rand Corporation, 2018.

KEANE, John. **Bad Moons Little Dreams**. The Life and Death of Democracy. Londres: Simon & Schuster, 2009.

KEEN, Andrew. **O culto do amador** – como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KENNEDY, Helen; HILL, Rosemary Lucy; AIELLO, Giorgia; ALLEN, William. The work that visualisation conventions do. **Information, Communication & Society**, v.19:6, pp.715-735, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1153126, 2016.

KEPPLINGER, H.; VOLL, I. **Mit beschränkter Haftung: Zum verantwortungsbewusstsein von Fernsehredakteuren**. In: H.M. Keplinger (Ed.), *Angepasste Aussenseiter: Was Journalisten denken und wie sie arbeiten* (pp.223-260). Freiburg, Muenchen: Karl Alber, 1979.

KOCHER, Renate. Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists. **European Journal of Communication**. V.1, n.1, 1986.

KONIECZNA, Magda. **A Better News Organization: Can nonprofits improve on the commercial news organizations from which they arose?** Tese de doutorado, University of Wisconsin-Madison. Madison, 2014.

KOVACH, Bill. Toward a New Journalism with Verification. **Nieman Reports**, v.60, n.4, pp.39-41, Winter 2006. Disponível em www.nieman.harvard.edu/reports/article/100292/Toward-a-New-Journalism-With-Verification.aspx. Acesso em 13 out. 2021.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo – Norte e Sul**. São Paulo: Edusp, 2002.

LACY, Stephen, FICO, Frederick, ; SIMON, Todd F. Fairness and Balance in the Prestige Press, **Journalism Quaterly**, 68, p. 363-370, 1991.

LACY, Stephen. ; ROSENSTIEL, Tom. **Defining and Measuring Quality Journalism**. Rutgers School of Communication and Information, mar. 2015. Disponível em <http://mpii.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/129/2015/04/Defining-and-Measuring-Quality-Journalism.pdf>. Acesso em 23 nov. 2021.

LAGE, Nilson. **A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001

LASERI, G.L.O.; COSTA, R.B.; BRENNNA, R.R. **Jornalismo do século XXI: as novas tecnologias nas redações**. Livro-reportagem. Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Comunicação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), 2017. Disponível em https://issuu.com/giulialaseri/docs/jornalismo_do_s__culo_xxi Acesso em 15 maio 2018.

LASICA, JOSEPH D. **Transparency Begets Trust in the Ever-expanding Blogosphere**. Online Journalism Review, 2004. Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/technology/1092267863.php>. Acesso em 20 set. 2007.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba; Bauru: Edusc, 2012.

_____. **The “Pédofil” of Boa Vista**. Common Knowledge, 4(1), pp.144–187, 1995.

_____. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: 34 Letras, 1994

LEÃO, Natália. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 10 fev. 2021.

LEHER, Keith. **Theory of Knowledge**. Colorado/USA: Westview Press, 2000.

LEIGH, David; HARDING, Luke. **Wikileaks: inside Julian Assange’s War on Secrecy**. Ashland: Blackstone Audiobooks; Londres: Guardian Books, 2011.

LEVITSKY, S.; ZIBLAT, D. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.1999

LEWIS, Seth. Code, collaboration, and the future of journalism: A case study of the hacks/hackers global network. **Digital Journalism**, 2(3), pp.383-393, 2014.

_____. Journalism in an era of big data. **Digital Journalism**, 3(3), pp.321-330, 2015.

LEWIS, Seth. Studying the boundaries of journalism: where do we go from here. In: CARLSON, Matt; LEWIS, Seth. **Boundaries of Journalism: Professionalism, Practice and Participation**. p. 218-228. London: Routledge, 2015a

LEWIS, Seth.; USHER, Nikki. Open source and journalism: Toward new frameworks for imagining news innovation. **Media, Culture & Society**, 35(5), pp.602-619, 2013. Disponível para download em https://www.researchgate.net/publication/258170996_Open_source_and_journalism_Toward_new_frameworks_for_imagining_news_innovation. Acesso em 20 out. 2021.

LEWIS, Seth; WESTLUND, Oscar. Big data and journalism. **Digital Journalism**, 3(3), pp.447-466, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **Era do Vazio: Ensaio Sobre o Individualismo Contemporâneo**. São Paulo: Manole, 2005

LIPPMANN, Walter. **Liberty and the News**. Nova York: Harcourt, Brace and How, 1920.

_____. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010

_____. **Public Opinion**. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.

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

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. **O jornalismo como crença verdadeira justificada**. Brazilian Journalism Research. v.2, n.2. Brasília: SBPJor, 2015.

LOOSEN, W.; REIMER, J.; SCHMIDT, F. When data become news: A content analysis of data journalism pieces. In: Proceedings of the future of journalism 2015 conference, Cardiff, 2015. **Anais...2015**

LOPES, Dirceu Fernandes; PROENÇA, José Luiz (org.). **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

LORD, Kristin M. **The Perils and Promise of Global Transparency: Why the Information Revolution May Not Lead to Security, Democracy, or Peace**. Albany: State University of New York Press, 2006.

LUCERO, Megan. Election data vs journalism basics *In*: FELLE, Tom; MAIR, John; RADCLIFE, Damian. **Data Journalism: Inside the Global Future**, 2015.

_____. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, no Rio de Janeiro, em 14 dez. 2018.

_____. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 30 ago. 2019.

LUGO-OCANDO, Jairo; LAWSON, Brendan. Poor Numbers, Poor News: The Ideology of Poverty in the Media. *In*: NGUYEN, An. **News Numbers and Public Opinion in a Data-Driven World**, 2018. Disponível em <http://core.ac.uk/download/pdf/74235415.pdf>. Acesso em 10 set. 2020.

MACHADO, Elias. A base de dados como composição multimídia. *In*: **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom, Universidade da Beira Interior, 2007.

_____. A Base de Dados como Formato no Jornalismo Digital. Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO – Volume I. Covilhã: Universidade da Beira Interior, **Anais...**2005. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-base-dados-formato-jornalismo-digital.pdf>. Acesso em 27 out. 2021.

MAIER, S.R. Accuracy matters: A cross-market assessment of newspaper error and credibility. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 82 (3), p. 533-551, 2005.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELOS, Fábio. Jornalismo de dados: conceito e categorias. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. 18 (1), pp.69-82. Jan.-abr., 2016.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT, 2001.

MARCHETTI, D. Les révélations du journalisme d’investigation. **Actes de la recherche en sciences sociales**, Vol. 131-132, p. 30-40, mar. 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A Saga dos Cães Perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Internet e Transparência. *In*: Encontro anual da Compós, 23, Belém, 2014. **Anais...Pará**, 2014

MARTINS, Beatriz. **Autoria em Rede: os novos processos autorais através das redes eletrônicas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

MATHESON, Donald. **Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism**. *New Media & Society* 6(4), pp.443-468, ago. 2004. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/249689483_Weblogs_and_the_Epistemology_of_the_News_Some_Trends_in_Online_Journalism. Acesso em 20 set. 2021.

MAYER-SCHONBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big Data**. Londres: John Murray, 2013.

McCHESNEY, R. **Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times**. Champaign: University of Illinois Press, 1999.

McCLENAGHAM, Maeve. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via plataforma Zoom, em 28 out. 2019.

McCLENAGHAM, Maeve. **No Fixed Abode: life and death among the UK's forgotten homeless**. Hampshire: Picador, 2021.

McDERMOTT, Patrice. **Who needs to know? The state of public access to federal government information**. Washington, DC: Bernan, 2008.

McGILL, D. Largemouth: A Citizen Journalism Syllabus, 2006. Disponível em <http://www.mcgillreport.org/largemouth.htm> Acesso em 02 jan. 2022.

McLEOD; Jack. RUSH, Ramona. Professionalization of Latin America and U.S. Journalists. **Journalism Quarterly**, v.46, n.3, 1969.

McMANE, Aralynn Ann Abare. **An Empirical Analysis of French Journalists in Comparison with Journalists in Britain**. Universidade de Indiana. Tese de Doutorado, 1989.

McNAIR, Brian. **An Introduction to Political Communication**. Londres: Routledge, 2003.

_____. **Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere**. Londres: Routledge, 2000.

MCQUAIL, D. (1992). **Media performance: Mass communication and the public interest**. London: Sage, 1992.

MCQUAIL, Denis. **Journalism and society**. Londres: Sage, 2013.

MEADOW, R.G. Cross-Media Comparison of Coverage of the 1972 Presidential Campaign. **Journalism Quarterly**, 50, 1973.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: Um Produto à Venda**. Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial. São Paulo: Summus Editora, 1978.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?**

Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1997.

MEGILL, Allan. **Rethinking objectivity**. Carolina do Norte: Duke University Press Books, 1994. Disponível em

<http://cscs.res.in/dataarchive/textfiles/textfile.2009-10-07.1916790385/file#:~:text=These%2C%20then%2C%20are%20the%20four,procedural%E2%80%94prominent%20in%20current%20discussion>. Acesso em 17 set. 2021.

MEIER, Klaus. Transparency in Journalism: Credibility and trustworthiness in the digital future. **Journalism Practice**, 9/10, set. 2009, Cardiff. Disponível em

https://www.academia.edu/11543629/TRANSPARENCY_IN_JOURNALISM_Credibility_and_trustworthiness_in_the_digital_future. Acesso em 12 set. 2021.

MEIKLE, Graham. **Future Active** – media activism and the internet. Nova York: Routledge, 2003.

MEJIAS, Ulises A.; COULDRY, Nick. Datafication. **Internet Policy Review**, v. 8, n.4, 2019. Disponível em <https://policyreview.info/concepts/datafication>. Acesso em 9 set. 2021.

MERKEL, Wolfgang. **The Future of Representative Democracy**. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press, 2011.

MERRITT, Davis; McCOMBS Maxwell. **The Two W's of Journalism: The Why and What of Public Affairs Reporting**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

MEYER, Philip. **Precision Journalism: A reporter's Introduction to Social Science Methods**. Maryland: Rowman & Littlefield, 1973/2002.

_____. The Future of CAR: Declare Victory and Get Out! *In: When Nerds and World Collide: Reflections on the Development of Computer Assisted Reporting*. São Petersburgo/Califórnia: The Poynter Institute for Media Studies, 1999.

MEYROWITZ, Joshua. **No Sense of Place**. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour. Oxford: Oxford University Press, 1985.

MIELNICZUK, L; GERKHE, M. Philip Meyer, the outsider who created Precision Journalism. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.39. p. 4-13, 2017.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia - UFBA, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporânea. Salvador, 2003. 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 20 out. 2021.

MIGUEL, Luis Felipe. **Jornalismo como sistema perito**. Tempo social, São Paulo, v.11, n.1, p.197-208, 1999.

_____. **Jornalismo, polarização política e a querela das fakes News. Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 16, N julho a dezembro, 2019. p.46-58

_____. **O colapso da democracia brasileira**. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

MILLER, Lisa C. **Power Journalism: Computer-assisted Reporting**. Fort Worth, TX: Harcourt Brace and Co, 1998.

MINDICH, D.T.Z. **Just the facts: How “Objectivity” came to define American Journalism**. Nova York: University Press, 1998.

MORAES, Dênis. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. In: MORAES, D. et al. **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólicia à democratização da informação. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

_____. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista Eptic**, v.9, n.2, maio-ago 2007, np. Disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/226/224>. Acesso em 30 set. 2015.

MORETZSOHN, Sylvia. **“Profissionalismo” e “objetividade”**: o jornalismo na contramão da política, 2001. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/3946digo394394hn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf>. Acesso em 30 set. 2019.

_____. O novo ritmo na redação de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. **Parágrafo**, v.2 n.2, p.59-79, 2014.

MORETZSOHN, Sylvia; PINTO, Manuel. O caso Vaza Jato: uma discussão sobre verdade, política, ética e credibilidade. Universidade do Minho. **Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)**, dez. 2020.

NEUBERGER, Christoph “Objektivität”. In: WEISCHENBERG, Siegfried; KLEINSTEUBER, Hans J.; PÖRKSEN, Bernhard (eds.). **Handbuch Journalismus und Medien**, pp.325-328. Konstanz: UVK, 2005.

NEVEU, Erik. **As notícias sem jornalista: uma ameaça real ou uma história de terror.** *In:* Brazilian Journalism Research, Brasília, v.6, n.1, pp.29-57, 2010. Disponível em <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/246/244>. Acesso em 04 jul. 2015.

NEWMAN, Nic et al. Reuters Institute Digital News Report. Oxford: Oxford University. 2020. Disponível em <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/> Acesso em 17 nov. 2021.

_____. Reuters Institute Digital News Report. Oxford: Oxford University. 2019. Disponível em <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/> Acesso em 17 nov. 2021.

_____. Reuters Institute Digital News Report. Oxford: Oxford University. 2021. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> Acesso em 17 nov. 2021.

NICHOLS, Thomas. **The death of expertise.** The Campaign Against Established Knowledge and Why It Matters. Nova York: Oxford University Press, 2017.

NOCI; J.D.; SALAVÉRRIA, R. Hipertexto periodístico: teoria y modelos. *In:* NOCI; J.D.; SALAVÉRRIA, R. **Manual de redacción ciberperiodista.** Barcelona: Ariel Comunicación, pp. 81-139, 2003.

OBJETHOS. Código de Conduta Ética para Radiodifusores da Tanzânia. **Observatório de Ética Jornalística**, 2010a. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/codigo-tanzacc82nia.pdf>. Acesso em 20 ago. 2020.

_____. Código de Ética dos Jornalistas Australianos, de 1998. **Observatório de Ética Jornalística**, 2010b. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/395ódigo-austrc3a1lia.pdf>. Acesso em 20 ago. 2020.

_____. Código de Imprensa Germânico. Atualizado em 13 set. 2006, Alemanha. **Observatório de Ética Jornalística**, 2010c. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/395ódigo-alemanha.pdf>. Acesso em 20 ago. 2020.

_____. Código de Prática Profissional da Imprensa da África do Sul. **Observatório de Ética Jornalística**, 2010d. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/395ódigo-c3a1frica-do-sul.pdf>. Acesso em 20 ago. 2020.

_____. Normas de Conduta Jornalística da Índia. **Observatório de Ética Jornalística**, 2010e. Disponível em <https://objethos.files.wordpress.com/2010/01/395ódigo-india.pdf>. Acesso em 20 ago. 2020.

OJO, A.; HERAVI, B. Patterns in award winning data storytelling: story types, enabling tools and competences. **Digital Journalism** 6 (6), pp.693-718, nov. 2017.

OLDROYD, Rachel. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, em Londres, em 5 dez. 2019.

OLIVER, R. **What is Transparency?** New York: McGraw-Hill, 2004.

ONG, Walter J. **Orality and Literacy: the technologizing of the world.** Londres: Routledge, 1982.

ORWELL, George. *Looking Back on the Spanish War* London: New Road, 1942.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Revista PJ: BR Jornalismo Brasileiro**, São Paulo, São Paulo, n. 4, 2º sem. 2004. Disponível em http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em 20 out. 2021.2004.

_____. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line. *In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, M. (Orgs.) Modelos de jornalismo digital.* Salvador: Calandra, 2003.

PARASIE, Sylvain. Data Journalism and the promise of transparency. *In: TUMBER, Howard; WAISBORD, Silvio. The Routledge of companion to media and scandals.* London: Routledge, 2019

_____. Data-Driven Revelation? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of big data. **Digital Journalism**, Routledge, 2015, v.3, n.3, pp.364-380. Disponível em <https://sympar.files.wordpress.com/2011/05/parasie.pdf>. Acesso em 9 jun. 2018.

PARASIE, Sylvain; DAGIRAL, Eric. Data-driven Journalism and the Public Good: Computer-Assisted Reporters and Programmer-Journalists in Chicago. **New Media and Society**, n.06, pp.853-871, 2013. Disponível em <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444812463345>. Acesso em 11 maio 2018.

PARK, Robert E. News as a form of knowledge. *In: STEINBERG, Charles. Mass Media and Communication.* New York: Hasting House, 1966.

PATERSON, C. Why ethnography? *In: PATERSON, C.; DOMINGO, D. (orgs). Making online news: the ethnography of new media production.* Nova York: Peter Lang, 2008, pp.1-11.

PATERSON, C; DOMINGO, D. Paterson, (Orgs.), **Making Online News.** New York: PeterLang, 2011.

PATERSON, T.; DONSBACH, W. **Media and Democracy Project.** Cambridge, Ma: Shorestein Center on The Press, Politics and Public Policy, 1998.

PAULINO, F. O. **Responsabilidade social da mídia: análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha**. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília - UnB, 2008.

PEDROSO, Rosa Nívea. O jornalismo como uma forma de narração da história do presente: uma interpretação da Tese de Doutorado em Periodística de Tobias Peucer. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. I, N. 2 – 2º semestre, p. 61-72, 2004

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.1, n.24, pp.38-57, jan./jun., 2011.

PEREIRA, Fábio Henrique; JORGE, Thaís de Mendonça, ADGHIRNI, Zélia Leal. Metodologia para o estudo de rotinas e identidade do jornalismo on-line. *In*: PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Diaz (orgs). **Metodologia para o estudo de cibermeios: estado da arte & perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2008.

PEREIRA, Geraldo Adriando Eremy. **O Problema da verdade na obra de Hannah Arendt**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Programa de Pós-Graduação em Filosofia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Belo Horizonte, 2017. Disponível em https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-AV4FAL/1/tese.texto_defesa.formatado.revisado.01.12.2017.pdf. Acesso em 09 set. 2020.

PERUZZO, Cicília. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n.17, pp.131-146, jun. 2009. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641243011.pdf>. Acesso em 20 maio 2014.

_____. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que o gigante acordou. **Revista Matrizes**, v.7, n 2, 2013. <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/487>. Acesso em 07 abr. 2015.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 1, n. 2, Florianópolis: UFSC, 2004. p. 13-29.

PHILIPS, E. Barbara. Approaches to Objectivity: Journalism versus Social Sciences Perspectives. *In*: HIRSCH, Paul B et al. **Strategies for Communication Research**. Bervely Hills, California: Sage Publications, 1976.

_____. Novidade sem mudança. *In*: TRAQUINA, Nelson (editor). **Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016, pp.437-443.

PIGEAT, Henri. **Médias et Déontologie – Règles du jeu ou jeu sans règles**. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), 1997.

PINTAK, Lawrence; GINGES, J. **Inside the Arab Newsroom: Arab Journalists Evaluate Themselves and Competition.** *Journalism Studies* 1, n.2, pp.157-177, 2009.

PINTO, Manuel. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade.** Braga: Vol. 14 (1-2), p. 277-294, Universidade do Minho, 2000.

PINTO, Manuel; MARINHO, Sandra. **A qualidade em jornalismo: problematização e operacionalização do conceito.** Conference: Actas do I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos/II Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos. Porto: Universidade Fernando Pessoa. **Anais...**, 2003.

PLAISANCE, PATRICK L. Transparency: an assessment of the Kantian roots of a key element in media ethics practice. **Journal of Mass Media Ethics** 22(2), pp.187-207, 2007.

PLAISANCE, Patrick Lee; SKEWES, Elizabeth; HANITZSCH, Thomas. Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: implications of a Cross-National survey. **Communication Research**, 39,n.5, p. 641-661, 2012.

POLLACK, M. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, n.10, pp.200-212, 1992.

PUTNAM, Robert. **Bowling Alone: The Collapse and the Revival of American Community.** Nova York: Simon and Schuster, 2000.

QUADROS, Claudia Irene de. Uma breve visão histórica do jornalismo *online*. Trabalho apresentado no XXV Intercom – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, 2002. **Anais...**Disponível em <https://www.yumpu.com/pt/document/read/23447987/uma-breve-visao-historica-do-jornalismo-on-line-intercom>. Acesso em 20 out. 2021.

RAYMOND, Eric S. **The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary.** Cambridge: O'Reilly, 1999.

RAYMOND, Joad. **The invention of the newspaper: English newsbooks, 1641–1649.** Oxford: Oxford University Press, 1996.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, Coleção Cibercultura, 2009.

REICH, Zvi, GODLER, Yigal. Journalism as bipolar interaction expertise. **Communication Theory** 22, pp.339-358, 2012.

_____. **The disruption of journalism expertise.** Abingdon: Routledge, 2016.

- REUTERS, Institute for the Study of Journalism. **Digital News Report 2021**. Universidade de Oxford/Reino Unido. Oxford: 2021. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>. Acesso em 20 set. 2021.
- RIBEIRO, Lavínia Madeira. **Imprensa e Espaço Público**. A institucionalização do Jornalismo no Brasil – 1808-1964. 2004. Rio de Janeiro: e-papers, 2004. Disponível em http://www.e-papers.com.br/produtos.asp?codigo_produto=473.
- RITU AGARWAL, Vasant Dhar Editorial—Big Data, Data Science, and Analytics: The Opportunity and Challenge for IS Research. **Information Systems Research** V. 2, N.3, p.443-448, 2014 Disponível em <https://doi.org/10.1287/isre.2014.0546> Acesso em 06 jan. 2021.
- RODRIGUES, Claudia M. **Mídia Ninja: narrativas jornalísticas em disputa**. Florianópolis: Insular, 2018.
- ROGERS, Simon. **Facts are Sacred**. Londres: Faber and Faber, 2013.
- ROSEMAN, Emily; McLELLAN, Michele, HOLCOMB, Jesse. Los Angeles: Institute for Nonprofit News, 2021. Disponível em <https://inn.org/research/inn-index/inn-index-2021/> Acesso em 29 out. 2021.
- ROSEN, Jay. **What are journalists for?** New Haven e Londres: Yale University Press, 1999.
- ROSENSTIEL, Tom; JUST, Marion; BELT, Tood; PERTILLA, Atiba; DEAN, Walter; CHINNI, Dante. **We Interrupt This Newscast**. How to improve local news and win ratings too. Nova York: Cambridge University Press, 2007.
- RUPAR, Verica. How Did You Find That Out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news. **Journalism Studies** 7(1), pp.127-143, 2006.
- RUSHKOFF, Douglas. Open Source Democracy: How Online Communication Is changing Offline Politics. Londres: **Demos**, 2003. Disponível em <http://www.demos.co.uk/files/OpenSourceDemocracy.pdf>. Acesso em 18 jul. 2016. Licença Creative Commons.
- RUSSELL, B. **Os Problemas da Filosofia**. Coimbra: Edições 70, 1959.
- RYAN, Michael. Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism. **Journal of Mass Media Ethics**, 16:1, 3-22. DOI:10.1207/S15327728JMME1601_2, 2001.
- SALAVÉRRIA, R. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: Eunsa, 2005.
- _____. Convergencia de los medios. **Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI**, Equador, n. 81, p. 32- 39, 2003.

SANDERS, Karen. **Ethics and Journalism**. Londres: Sage, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez, 2008.

SANTOS, Henrique Machado; FLORES, Daniel. Preservação de documentos arquivísticos digitais: reflexões sobre as estratégias de emulação. **Encontros Bibli** (Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência de Informação), v. 20, n. 43, p 3-19, 2015.

_____. Preservação de documentos arquivísticos digitais: reflexões sobre as estratégias de migração. **Prisma**, N. 37, p. 42-54, 2018

SANTUF, Ivan. Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica. *In*: CANAVILHAS, João; SANTUF, Ivan; **Jornalismo para dispositivos móveis – produção, distribuição e consumo**. Covilhã: LabCom, 2015, pp. 441-468. Disponível em http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em 23 jun. 2016.

SCHEDLER, Andreas. Conceptualizing Accountability. *In*: SCHEDLER, Andreas; DIAMOND, Larry; PLATTNER, Marc F. **The Self-Restraining State: Power and Accountability in New Democracies**. Londres: Lynne Rienner Publishers, pp.13-28, 1999.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de Notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011. Disponível em https://www.faculdadeparque.edu.br/ebooks/Fontes_noticias.pdf. Acesso em 23 nov. 2021.

SCHUDSON, Michael. A norma da objetividade no jornalismo Americano. *In*: SACRAMENTO, Igor; CANTARELA, Leticia Matheus (orgs). **História da Comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

_____. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010a.

_____. Notes on Scandal and the Watergate Legacy. *American Behaviour Scientist*, v.47, n.9, maio 2004.

_____. Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information. **Daedalus**, 139, 2, pp.100-109, 2010b.

_____. **The Rise of the Right to Know: Politics and the Culture of Transparency, 1945–1975**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015.

_____. What public journalism knows about the Journalism but does not know about public. *In*: GLASSER, Theodore. **The Idea of Public Journalism**. Nova York: Guildford, 1999.

_____. **Why Democracy Need an Unlovable Press**. Cambridge: Polity Press, 2008.

_____. **Why Journalism still matters**. Cambridge: Polity Press, 2018.

SCHUDSON, Michael; ANDERSON, C. W. Objectivity, Professionalism and Truth Seeking in Journalism. *In*: HANITZCH, Thomas; WAHL-JORGENSEN, Karin. **The Handbook of Journalism Studies**. Nova York: Routledge, 2009.

SEARLE, John R. **The Construction of Social Reality**. Nova York: The Free Press, 1997.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus Editorial, 2005

SHANNON, Claude E. **A mathematical theory of communication**. Bell System Technical Journal 27 (3), pp.379-423, 1948.

SIGELMAN, Lee. **Reporting the News: An Organizational Analysis**. American Journal of Sociology, v.79, n.1, 1973.

SILVA, Fernando Firmino. Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. *In*: Intercom – XXXI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Natal, 2008. **Anais...** Disponível <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0652-1.pdf>. Acesso em 30 jan. 2016.

SILVA, Vitória Régia da. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 12 fev. 2021.

SILVEIRINHA, Maria João; CAMPONEZ, Carlos. Intelectualidade, autonomia e desprofissionalização – Regresso a questões candentes. *In*: CUNHA, Isabel; CABRERA, Ana; SOUZA, Jorge (Orgs). **Pesquisa em Media e Jornalismo – uma homenagem a Nelson Traquina**. (Orgs). Disponível em http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121127-jorgepedrosousa_homenagem_traquina.pdf. Acesso em 17 jun. 2016. Covilhã: LabCom, 2012.

SINGER, Jane B. Contested Autonomy. Professional and popular claims on journalistic norms. **Journalism Studies** 8(1), pp.79-95, 2007.

_____. The Political J-blogger. “Normalizing” a new media form to fit old norms and practices. **Journalism**, v.6, n.2, pp.173-198, 2005. DOI 10.1177/1464884905051009.

SLAVERRÍA, Ramon. Partido de redação ciberjornalística. **Observatório da Imprensa**. São Paulo, n.311, jan.2005. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/partido-da-redacao-ciberjornalistica/>. Acesso em 10 set. 2021.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Petrópolis, RJ: 2009.

SOKOLOV, A.V. The epistemology of Documents (A methodology Essay). *Automatic Documentation and Mathematical Linguistics*. 43(2), pp.57-68. 2009.

SOLOSKI, John. O jornalista e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Florianópolis: Insular, 1999.

SOUSA, Américo de. A retórica da verdade jornalística. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação (bocc). 2002. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-americo-retorica-verdade-jornalistica.pdf>. Acesso em 10 set. 2020.

SOUSA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: Progenitor da Teoria do Jornalismo. *Jornalismo. Os relatos jornalísticos*, v.1, n.2, 2004.

_____. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: PESSOA, F. **Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa**. Porto: Edições Universidade, 2008, pp.12-93. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Acesso em 21 out. 2021.

SOYSAL, Zeynep. Truth in Journalism. In: KATS, James E.; MAYS, Kate K., **Journalism and Truth in the Age of Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2019.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

SPURK, C.; LOPATA, S.; KEEL, G. Measuring the ‘democratic’ quality of radio news: Experiences from Liberia. *Journal of African Media Studies*, v. 2, n.2(2), p. 173-192, 2010.

STEINBERG, CHARLES. **Mass Media and Communication**. Nova York: Hasting House, 1966.

STONEMAN, Jonathan. Open data and journalism – a case for relationship counselling? In: FELLE, T.; MAIR, Jonh; Radcliffe, Damian. **Data Journalism: Inside the global future**, pp.188-197, 2015.

STRAWSON, Peter. Truth Proceeding of the Aristotelian Society. **European Journal of Philosophy**, v.24, 1950.

STRAY, J. **The Data Journalist’s Eyes, An Introduction**. Columbia Journalism School, 2014. Disponível em <http://towcenter.org/blog/the-data-journalists-eye-an-introduction/>. Acesso em 7 nov. 2021.

STRECKFUSS, R. Objectivity in Journalism: a Search and a Reassessment. *Journalism Quarterly*, v.67, n.4, p.973-983, 1990.

STROOBANT, Joyce. Finding the news and mapping the links: a case study of hypertextuality in Dutch-language health news websites. **Information, Communication & Society**, v. 22, Issue 14, 2019.

TAMBOSI, 2004. Tobias Peucer e as origens do jornalismo. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v.1, n.2, p. 49-59. 2º semestre, , 2004.

_____. Informação e conhecimento no jornalismo. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v.2, n.2, p. 31-38. 2º semestre 2005.

_____. Jornalismo e teorias da verdade. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.30, n.1, pp.35-48, jan./jun. 2007.

TAYLOR, Megan. **How Computer-Assisted Reporters Evolved into Programmer/Journalists**. PBS MediaShift, 7 ago. 2009. Disponível em <http://www.pbs.org/mediashift/2009/08/how-computer-assisted-reporters-evolved-into-programmerjournalists219>.

THE UNITED STATES OF AMERICA. The Freedom of Information Act - FOIA Improvement Act of 2016. Department of Justice. Disponível em <https://www.justice.gov/oip/freedom-information-act-5-usc-552>. Acesso em 20 nov. 2020.

THOMPSON, J. B. A Nova Visibilidade. **Revista Matrizes**, v.1, n.2, pp. 15-38. Porto Alegre, 2008. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82>. Acesso em 18 abr. 2015.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A Democracia na América**. São Paulo: Editora Itatiaia, 1998.

_____. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

_____. **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Florianópolis: Editora Insular, 2016.

_____. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Editora Insular, v.II, 2013.

_____. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Editora Insular, v.I, 2012.

TRÄSEL, Marcelo. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. 2014. 314 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2014.

_____. *Jornalismo guiado por dados e cultura profissional*. In: MARTINS, Gerson Luiz; REINO, Lucas Santiago Arraes; BUENO, Thaísa (Org). **Performance em Ciberjornalismo: tecnologia, inovação e eficiência**, pp.91-102. Campo Grande: Ufms, 2017.

_____. *Jornalismo guiado por dados: relações da cultura hacker com a identidade jornalística*. In: Encontro Anual da Compós, XXII, Bahia, 2013. **Anais...** Universidade Federal da Bahia. Disponível para download em: https://www.academia.edu/3136931/JORNALISMO_GUIADO_POR_DADOS_r_elacoes_da_cultura_hacker_com_a_cultura_jornalistica. Acesso em 20 out. 2021.

TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Silvia; REIS, Giulia. *Indicadores de credibilidade no Jornalismo: uma análise dos produtores de conteúdo político brasileiros*. In: Encontro Anual da Compós, 17, 2018, Belo Horizonte. **Anais...** . Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós- graduação em Comunicação, 2018. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/179623>. Acesso em 20 out. 2021.

TRAVANCAS, Isabel. **A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas**. In: TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1972/1999.

_____. **Making News: A Study in the Construction of Reality**. Nova York: The Free Press, jan. 1978a.

_____. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus. 2011.

_____. *Professionalism as an agent of legitimation*. **Journal of Communication**, v. 28, 2ed., pp.106-113, jun. 1978.

_____. *Qualitative methods in the study of news*. In: JENSEN; K. B.; JANKOWSKI, N.W. (orgs). **A handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research**. Nova York: Routledge, 1991.

TURNER, F. *Where the counterculture met the new economy: the WELL and the origins of virtual community*. **Technology and Culture**. v.46, n.3, p.485–512, 2005.

TURNER, Stephen. *The Pittsburgh Survey and the Survey Movement: An Episode in the History of expertise*. In: TURNER, Stephen, **The Politics of Expertise**, 2013.

UNITED KINGDOM. **Freedom of Information Act 2000 – FOIA**. Legislation of United Kingdom. Londres: UK Public General Acts, 2000. Disponível em <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/36/contents>. Acesso em 23 nov. 2021.

USHER, Nikki. **Interactive Journalism: Hackers, Data, and Code**. Urbana, IL: University of Illinois Press, 2016.

VASCONCELOS, Fábio. Jornalismo guiado por dados e sua contribuição para a agenda pública no Brasil. *In: Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo. Anais...*São Paulo, 2014.

VAZ, J. C.; RIBEIRO, M. M.; MATHEUS, R. Dados Governamentais Abertos e seus impactos sobre os conceitos de transparência no Brasil. **Cadernos PPG-AU/FAUFBA**, v.1, pp. 45-62, 2011.

VIANA, Natália. Entrevista concedida a Claudia Miranda Rodrigues, via Google Meet, em 4 mar. 2021.

VIEIRA, Alessandro. Projeto de Lei 2630, de 2020. Senado Federal do Brasil. Disponível em <https://legis.senado.leg.br/sdleggetter/documento?dm=8110634&disposition=inline>. Acesso em 04 out. 2021.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, Washington (USA), v.359, ed.6380, pp. 1146-115109, mar. 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>.

WAHL-YORGENSESEN. Resiting epistemologies of user-generated content? Cooptation, segregation and the boundaries of journalism. In: CARLSON, Matt; LEWIS, Seth. **Boundaries of Journalism: Professionalism, Practice and Participation**. New York: Routledge, 2015

WAISBORD, S. Why populism is troubling for democratic communication. **Communication, Culture & Critique**, n. 11, p. 21-34, 2018.

WARD, S. J. A. The Magical Concept of Transparency. In: ZION, L.; CRAIG, D. (Eds.), **Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices**, 45-58. New York: Routledge. 2014.

WARDLE & DERAKHSHAN, **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Disponível em <https://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf> Acesso em 13 ago. 2020. Estrasburgo: Council of Europe, 2017

WATTS, Jonathan. Entrevista concedida à autora via google meet em 12 jul., 2021

WEAVER, David H.; WILLNAT, Lars. **The Global Journalist in the 21st Century**. New York: Routeledge, 2012.

WEAVER, David. **The Global Journalist: News People Around the World**. CressKill, New Jersey: Hampton Press, 1998.

WEAVER, David; BEAM, A. RANDAL; BROWNLEE, Bonnie J; VOAKES, Paul S.; WILHOIT, G. Cleveland. **The American Journalist in the 21st Century: US News People at the Dawn of a New Millennium**. Nova York: Routledge, 2007.

WEAVER, David; WILHOIT, G. **The American Journalist in the 1990's: U.S. News People at the End of an Era**, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1996.

WEAVER, David; WILHOIT, G. **The American Journalist**. A Portrait of U.S. News People and Their Work. Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 1986.

WEINER, Matthew. **The assurance view of testimony**. PhilPapers, 2003.

WHITE, David Manning. O Gatekeeper: uma Análise de Caso na Seleção das Notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999

WING, Jeannette M. Computational Thinking and Thinking about Computing. **Philosophical Transactions**. Series A, Mathematical, Physical, and Engineering Sciences, v.366, n.1881, 3717-3725, 31 jul. 2006.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.

WU, Tim. **Império da Comunicação** – do telefone à internet, da AT&T ao Google, pp.172-182. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ZELIZER, Barbie. Journalists as Interpretative Communities. **Critical Studies in Mass Communication**. pp.219-237, 10 set. 1993.

_____. Making the Neighborhood Work: The Improbabilities of Public. In: GLASSER, Theodore L. pp. 152-174. **The Idea of Public Journalism**. Nova York: Guilford, 1999.

_____. On “having been there”: “Eyewitnessing” as a Journalistic Key Word. **Critical Studies in Media Communication**, v.24, n.5, pp.408–428, 21 nov. 2007.

_____. **Taking Journalism Seriously: News and the Academy**. California: Sage, 2004a.

_____. When Facts, Truth, and Reality Are God-Terms: On Journalism’s Uneasy Place in Cultural Studies. **Communication and Critical/Cultural Studies** v.1, n.1, pp.100-119, 2004b.

ZELIZER, Barbie; BOCZKOWSKI, Pablo J.; ANDERSON, C. W. **The Journalism Manifesto** (The Manifesto Series), 1ed. Cambridge/Reino Unido: 2021.

ZUCCOLOTTO, Robson; TEIXEIRA, Marco Antônio Carvalho. **Transparência: Aspectos Conceituais e Avanços no Contexto Brasileiro**. Brasília/DF: Enap, 2019.

Anexos

Entrevistas (ainda sem revisão de parte da tradução e revisão de texto).

THE BUREAU OF INVESTIGATIVE JOURNALISM

Megan Lucero (entrevistas realizadas em 14 de dezembro de 2018, no Rio de Janeiro, e 30 agosto de 2019 – via google meet)

O que é big data?

Novas ferramentas tecnológicas que nos permitem examinar as instituições ao nosso redor e as informações. O jornalismo de big data navega pelos grandes sistemas de nosso tempo. Os métodos computacionais estão nas mãos de poucos – há um limite no número de jornalistas que podem acessar informações que representam a vida das pessoas. Os jornalistas preparados para encontrar informações em bancos de dados como um dia foram preparados para buscar informações nos fronts de guerras. A forma como as pessoas acessam informações pela internet afetou o papel do jornalismo. Houve um colapso do modelo de negócios modelo de capitalismo comercial do sistema impulsionando os lucros no jornalismo. O jornalismo de dados fornece evidências de uma forma que não fomos capazes de fazer no passado que aumentam a credibilidade e a confiança, abrindo metodologia e a forma como trabalhamos agrega isso.

Vocês adotam uma abordagem qualitativa produção da reportagem.

Isso é fundamental para a confiança no no jornalismo. Em verdadeiras práticas de jornalismo você deve examinar todas as fontes - os dados foram uma fonte (nas pesquisas sobre eleições em 2015). O olho crítico membros da equipe fez com que não confiássemos nos resultados apurados. É a medida da incerteza. Tivemos uma abordagem qualitativa. Os jornalistas deveriam ter. A mídia não explicou muito bem a complexidade das pesquisas (sobre eleições) e isso afeta a credibilidade. Nós examinamos e concluímos que não era robusto e não poderíamos confiar e procuramos outras formas de informar nossos leitores.

Como é o tratamento no jornalismo de dados? Há uma abordagem com percepção humana?

Tudo o que você experimenta com os dados vem dos humanos. Os humanos escrevem o código, há sempre um toque humano, há preconceitos humanos. Os humanos decidem o que será incluído e o que não. Os dados são o “o quê” da história, mas apenas os humanos podem chegar ao “porquê”. Big data é sobre método e sobre uma ferramenta aliada do jornalista. Vivemos em um mundo em que há muito mais produção de dados que o homem pode enredar sozinho. (O jornalismo de dados) nos permite atuar de forma mais eficiente e cavar fundo de uma forma que não poderíamos ter feito antes. O que duraria semanas ou meses hoje leva algumas horas. Mais tempo para cuidar da faceta humana. Grande parte é a narração de histórias e mais pessoas podem lidar com muitos números sobre uma história. É importante usar os números, para saber o que é o principal e o que está impulsionando parte da história. Mas então as pessoas (os repórteres) vão descobrir por que está acontecendo. A narrativa permite transmitir informação de forma conectada com a vida das pessoas.

Qual foi o ponto de virada?

O processo de tornar o complexo simples. O método computacional - os computadores que permitem processar a informação. Como Watergate, arquivos de papel, toneladas e toneladas de documentos. É mais sobre o método do que o ato de jornalismo - o ato é o mesmo.

A objetividade como método

Qualquer elemento do jornalismo não pode ser verdadeiramente objetivo. Como humanos, sempre temos um ângulo. Torturar os dados até eles dizerem o que você quer - isso é clássico. Usando os dados para encontrar o seu ângulo. É preciso ser mais cuidadoso e rigoroso para ter certeza que você está chegando ao verdadeiro ponto de vista que busca. Porque é muito fácil trabalhar a partir de uma agenda a partir daquilo que você está tentando ver e forçar os dados para chegar lá. É mais difícil afirmar aquilo que o dado está revelando, o que está me mostrando. Tentar não se deixar levar por isso. Mas você pode dizer “é isso que está acontecendo aqui”. Se olharmos os números ano a ano, isso mostra que há mais relatos de estupros. Mas você e eu provavelmente sabemos que não significa

necessariamente que há mais estupros. Isso significa que há mais pessoas denunciando esses estupros. E as pessoas se sentem mais seguras contando para a polícia. Eles não se sentiam seguros antes. Houve um crescimento nas notificações mas que não indica necessariamente um crescimento no número de casos. Sim, os dados dizem o seguinte - houve um aumento, mas não pode ser verdade.

O jornalismo de dados pode evitar erros?

Pode ser muito perigoso dizer aqui estão os fatos quando a verdade está em um nível muito mais profundo. O mundo da estatísticas tende a ter pessoas mais afiadas analisando e verificando, recebendo revisão dos pares. Pessoas que estão checando o trabalho de outras pessoas. O mundo da estatística tende ser rigoroso no processo e possui meios de investigação. As equipes de estatísticas já trabalhando há algum tempo criando procedimentos para análise e certificando-se que sejam mais representativos. Esse rigor deve ser aplicado para pessoas que usam big data.

O Bureau Local fala em missão. Qual a missão?

Queremos uma sociedade informada e justa, mas participativa. O ponto central é a participação. Vemos o jornalismo como um pilar que a sociedade civil pode ativar. Vemos as instituições de caridade, o governo como um pilar diferente para elevar a sociedade civil e vemos o jornalismo uma parte disso. Não estamos focados no modelo que trata da produção de novos consumos. Estamos focados no modelo que independente.. Vemos o trabalho dos ativistas, o trabalho dos jornalistas, o trabalho do *think tank*, o trabalho dos pesquisadores, vemos um círculo interdependente que opera como nossa sociedade. O jornalismo traz informações que especialistas e ativistas locais precisam. Precisam de informação, precisam do jornalismo articulando, fazendo a síntese. Construimos uma rede de colaboradores, para cobrar accountability, em reconhecimento de que o jornalismo se esforça em apontar os problemas ... O ser humano sozinha não dá conta do grandes dados, precisa de habilidades em computação. Esse é o benefício do jornalismo, para o benefício do sistema. Abre a possibilidade de diferentes conhecimentos, diferentes experiências e diferentes locais para reunir e buscar a cobrança de responsabilidade.

Como é a rotina de produção do Bureau Local?

Somos uma organização sem fins lucrativos. Nosso objetivo é provocar ações e gerar mudanças. Ter certeza que ajudamos no processo de accountability – prestação de contas e cobrança de responsabilidade. Fazer com que as pessoas participem do processo e reunir dados e histórias acessíveis para estas pessoas. A comunidade sugere as pautas e nossos identificam as histórias. Algum incidente local, algo que aconteceu que levanta uma questão. Somos uma organização minúscula, não estamos substituindo as autoridades, não estamos fazendo jornalismo local, estamos tentando encontrar um modelo que venha somar. Não somos a solução.

Porque não podemos estar em todos os espaços, temos apenas que olhar para os problemas sistêmicos. Não relatamos apenas em uma única área. Observamos quando algo em uma única área se aplica ao resto do país. Se isso acontece em uma única área, perguntamos se está acontecendo em outros lugares? Portanto, coletamos dados, fazemos um trabalho pesado de limpeza, processamento de dados ou qualquer evidência que estamos usando. Usamos dados para fornecer evidências em grande escala. Nós cavamos e compartilhamos. Anunciamos publicamente e chamamos os colaboradores para trabalhar na investigação. Publicamos a reporting recipes (receitas da reportagem) para explicar o contexto, divulgar os dados. Assim é possível se juntar ao nosso trabalho. Às vezes, organizamos uma mesa-redonda com especialistas. Já investimos em outras narrativas como performance em teatros (Círculo de histórias).

Pode falar sobre a reportagem que revelou as mortes dos sem-teto?

Em relação à população de rua, não havia registro, nenhum dado. Foi o primeiro banco de dados sobre moradores que não têm assistência do governo, moradores em todo o país. O número não é significativo no sentido de tamanho da população, mas a própria natureza disso mostra o tipo de sociedade em que vivemos, uma sociedade moderna e rica em que as pessoas ainda estão morrendo nas ruas. Ninguém estava nem contando. Ninguém estava nem olhando. Se você registra, como você pode lidar com isso? O que é registrado e de que forma é registrado? É muito efetivo sobre o quão importante é o tema para a sociedade,

porque permite a obtenção de evidências e permite pensar em como atacar aquele problema, em como reverter.

Algumas reportagens já foram usadas para elaborar políticas públicas...

O impacto é uma parte importante ... Rastrear o impacto no jornalismo é muito difícil.

Unindo pessoas, comunidades, pesquisadores, ativistas que saem e lançam um foco sobre essas comunidades, acreditamos estar aumentando a quantidade dessas informações e a capacidade de reporter. A sociedade pode agir, pode fazer algo com isso, nós estimulamos a cultura da sociedade participativa, as pessoas devem participar de ações que desencadeiam da mudança. O jornalismo fornece a centelha. Queremos desencadear a ação e a mudança. Estar informado fornece a evidência, fornece a informação para que as pessoas que ajam, sejam grupos de sociedades ou membros do público. Você vê mudanças nas políticas locais acontecendo, campanhas locais, mudanças nacionais, o exemplo dos sem-teto. O departamento national de estatísticas (Office for National Statistics) está produzindo as primeiras estatísticas sobre homeless a partir de nossos dados. Um impacto direto nos levantamentos do governo. A home secretary – ministra com posto de chefe de estado – concordou em falar conosco. Fomos republicados em diversos veículos. Mais repórteres, mais gente colaborando. Pensávamos que teríamos uma rede em torno de cem pessoas. Agora temos 800 pessoas.

Todas as reportagens são guiadas por dados?

Nós criamos o Data Local Lab (Laboratório de reportagem de dados locais) com fogo foco nos dados e no método. Todas as histórias têm dados. Como estamos tentando fornecer evidências em escala em todo o país, os dados nos permitem fazer isso de forma muito eficaz. Pode ser um documento. As histórias têm de ser locais, relevantes e sobre assuntos sistêmicos. E procuramos fazer apenas através de uma comunidade colaborativa

Como os dados afetam a decisão sobre as pautas?

O tipo de coisas que investigamos são questões sistêmicas. Como ajudamos a apoiar o jornalismo local? Não escolhemos problemas específico. Estamos

interessados em conectar os dados e em como os dados podem promover autonomia para as pessoas. Podem fornecer uma pista. Podem fornecer evidências, informações sobre o que está acontecendo. Acreditamos que por trás de cada número de planilhas de dados, há uma história. Os dados são sempre o quê. Não são o porquê. Os dados podem nos dar uma orientação, podem ser nosso guia, trazer uma reivindicação. Quem tal ação está afetando? Por que isso está acontecendo? Quem são as pessoas por trás disso? Tentamos fazer investigação em grande escala, fornecer referências comparativas. Para nós, os dados nos ajudam a tomar decisões, mas não são tudo. Podem ajudar a detectar um problema e nos ajudam a ver o que está acontecendo ou não. Mas há muito trabalho investigativo adicional envolvido. Permite-nos abrir-nos para o trabalho colaborativo, ajuda-nos a dar uma pista, uma linha para investigação que temos que cavar.

Como é a rotina na TBIJ?

Fazemos investigações tradicionais e depois convidamos colaboradores. A história sobre a morte dos sem-teto surgiu de uma notícia sobre um homem que morreu de sepse. Teve grande repercussão na grande mídia: como pode um homem morrer com sepse nas ruas. Dias depois, a grande mídia esqueceu a história. Começamos a perguntar como as pessoas morrem nas ruas e descobrimos que não havia registro. O governo não registrou, os conselhos municipais não registraram, os hospitais não registraram. Tudo começou com a ausência de dados. Não havia dados, mas o que o Bureau Local faz é com respaldo da colaboração. Nós potencialmente nos reunimos e começamos a coletar os números. Então, basicamente, procuramos organizações locais, médicos locais, instituições de caridade e começamos a construir as estatísticas. Abrimos nossos dados e convocamos: “quem está interessado em se juntar a nós nesta cobertura?”

Como surgiu a pauta sobre as eleições no Reino Unido?

Conversamos com os colaboradores e não deu tempo de fazer muitas coisas porque (as eleições) estavam acontecendo seis semanas depois. A história começou com uma pergunta: as pessoas não acreditam que têm poder. Quem tem poder? Onde está o poder? Partimso da estimativa do número de novos eleitores. Os dados mostraram mais eleitores do que na última eleição. Eles têm a oportunidade de mudar o voto distrital. Percebemos essa hipótese (o poder dos eleitores); quantas

cadeiras (no parlamento) poderiam mudar sob a influência dos novos eleitores; qual o poder nas mãos dos eleitores de votar numa ou outra direção. E identificamos 70 cadeiras. Foi uma estimativa. Criamos uma projeção, mais ou menos. E então obtivemos os dados reais que nos permitiram filtrar os dados. Então usamos os dados para ver quais eram as cadeiras e qual o poder dos novos eleitores em mudar o cenário no parlamento.

E a reportagem sobre venda de imóveis por conselhos municipais feito por Gareth Davies?

Já estávamos examinando os rascunhos dos projetos que os Conselhos elaboram. Sabíamos que havia pressão financeira. E eventualmente, muitas histórias surgiram e descobrimos que muitos conselhos estavam em sérios apuros e eles estavam tendo que vender espaços para administrar seus orçamentos e finanças. Nosso foco foi quantos conselhos estão vendendo espaços públicos para ajudar suas finanças. E obviamente isso levou a uma abordagem mais humanizada do impacto das vendas sobre a vida das pessoas; o quanto foi vendido...Os dados realmente nos assustam (nos chocam), mas sempre há uma pergunta por quê.

Você depende de denunciante?

A equipe que cobre a guerra dos drone ou a equipe que cobre a Amazônia podem ter uma abordagem diferente. O Bureau Local trabalha em equipe com as pessoas nos bairros e comunidades. Tentamos decidir coletivamente com a comunidade no que investir. Nós meio que tomamos uma decisão e convidamos as pessoas a se juntarem a nós. Mesmo quando a decisão é sobre coisas que estão acontecendo, tentamos conduzir a reportagem com apoio da nossa rede. Eu não diria que os dados conduzem nossas histórias. É uma questão de descobrir o que está afetando as pessoas no local. Os dados tornam-se evidências para entender o que estão vivenciando. Os dados são como existimos no mundo. Outras equipes do Bureau podem usar outras técnicas.

Você acredita que a evidência dos dados abertos favorece a credibilidade?

Grandes evidências podem permitir maior confiança, mas nosso objetivo não é criar confiança. Nosso objetivo é contar histórias representativas e relevantes

e que precisam ser contadas à comunidade. Eu acho que se você tem a intenção de ganhar confiança, você trabalha com essa meta em mente. Nossa intenção é cobrir com precisão o que está acontecendo nas áreas e contar a verdade e poder fornecer evidências que irão melhorar a vida das pessoas; que possam ser usadas pelos parlamentares, que possam ser usadas em campanhas ou para respaldar demandas.

Até que ponto é possível confiar nos dados produzidos por governos ou instituições?

A confiança não é simplesmente com os dados, porque você pode manipulá-los para dizer o que quiser. Os dados têm sido usados de uma forma muito suspeita, como uma forma de propaganda, de uma forma de argumentar com o seu lado. Não acredito que os dados por si só criem confiança. Por exemplo, envolvemos pessoas ao fazer jornalismo. Nós não simplesmente extraímos os dados e cavamos a informação. Trabalhamos com elas (as pessoas), as convidamos a fazer parte disso. Contamos histórias, mas às vezes elas contam suas próprias histórias. Criar confiança no jornalismo e nos dados é uma parte disso. Acho que há mais confiança na abordagem do que nos próprios dados.

Com se obtém excelência e rigor no jornalismo de dados?

Acho que os dados no jornalismo são o produto. Se revela fatos do interesse público, se produz histórias que podem ter um grande impacto, isso é excelência no jornalismo. Às vezes você acha que é o jornalismo atual que impressiona ou a maneira como é feito é impressionante. Eu acho que se a abordagem for séria, se a estatística que está sendo usada é de alto padrão que está sendo usado. Para tomar decisões, entender que o produto vem viés, e saber qual o viés na história, o que é bom jornalismo em geral. Quando você entende o viés dos dados, como estão sendo coletados e por que estão sendo coletados, o que está sendo perdido pelos dados, lembrando que os dados não são a história completa. Existem humanos por trás disso. Continua além dos dados para saber por que está acontecendo e colocar um rosto humano na história. Acho que, para mim, essas são qualidades de um bom jornalismo de dados.

E sobre a precisão nos dados?

Sabemos que o sistema de código foi escrito por humanos. Nós pensamos

em código, dados, computação é automática, mas é devido aos humanos, então tem preconceito humano nisso. Então, nós sabemos, por exemplo que alguns algoritmos são uma espécie de dados, o que você tem são como cartões inteligentes que podem identificar uma pessoa que está atravessando a rua, que foi treinado para identificar corpos brancos, então o cartão pode dizer se é um pessoa branca como dados. Mesmo em coisas como a ciência que pensamos ser preto e branco, sabemos que há preconceitos. Por exemplo, temos números que mostram que ano e ano há mais relatórios de estupro, podemos olhar de forma simplista para isso e dizer que há mais estupro este ano do que no ano passado, mas na verdade mostra é que há mais proporções médias. Isso não significa que o estupro não aconteceu há três anos. Isso significa que existe uma cultura em que as pessoas não se sentem confortáveis em relatá-lo. O preconceito pode significar uma coisa diferente. Na forma como estamos falando, isso significa as condições ambientais. Por exemplo, coisas realmente importantes como estatísticas em torno das prisões, sabemos que há prisões de perfil racial, e isso não significa que os negros cometeram esses crimes. Isso significa que os policiais estavam prendendo pessoas de cor e se você ver os dados da condenação, você realmente vê que isso não significa necessariamente. Então, há uma série de maneiras que devemos pensar sobre quem está coletando esses dados e como ele está coletando as informações, como estão sendo coletadas, em que tipo de ambiente político ou social as informações estão. Então, quando você está interpretando os dados ... como jornalistas, supomos estar desafiando as instituições. Muitas vezes, não desafiamos, não reconhecemos que os dados são provedores também são instituições que muitas vezes não são confiáveis. Por exemplo, a forma como as pesquisas falharam em refletiu com precisão o referendo ou as campanhas eleitorais. Acho que também é o resultado de pessoas questionando a instituição de votação. Acho que nosso trabalho como jornalistas é garantir que, seja qual for a fonte de informação, devemos examinar minuciosamente que, especialmente em uma era em que a informação digital está mudando, em que até as decisões sobre as formas estão funcionando, devemos ter certeza de que continuará a desafiar essas instituições.

A precisão dos números pode evitar viés?

Se os dados são precisos, de muitas formas podem ser usados como evidência. Pode ser bastante discutível. Dados são a oportunidade de fornecer

evidências para conter a desinformação e os argumentos do outro lado.

Você percebe uma conexão com o movimento Hacker no jornalismo colaborativo?

Alguém na minha equipe disse que a colaboração é a nova competição. É bem verdade que é um modelo do Bureau Local. Não temos nenhum motivo para competir com ninguém porque nossas ambições são muito diferentes. Nossa ambição é fornecer informações que as pessoas possam usar e estimular mudanças. Essa informação deve estar em tantos lugares quanto possível para que possamos cumprir nossa missão. Se estiver no *The Guardian*, no jornal local, na televisão, significa que nossa missão está sendo realizada. No modelo com fins lucrativos a informação só aparece para que possa ser vendida e c vendê-la e ter lucro. Não estou dizendo que é o objetivo de todo jornal, mas se é o objetivo que vai nos distinguir. Para nós é simples. Nosso objetivo é provocar impacto.

E a conexão com a filosofia open source?

Eu não diria com o movimento hacker, mas com o código aberto. Cada pedaço de software que provavelmente usamos foi construído baseado em código aberto. O que fazemos é uma espécie de jornalismo de código aberto, permitimos que as pessoas o usem, permitimos que as pessoas adicionem, colaborem, aceitem. E você pode ver que há coisas que foram construídas. A comunidade de tecnologia é realmente um bom exemplo porque você vê alguém escrevendo uma versão do código que foi construído e integrado em outra e você tem grandes dados públicos como python. Não é melhor porque é aberto. Se fosse apenas a perspectiva de uma pessoa ou uma pessoa criando, seria limitado. Mas, ao abri-lo, você pode se beneficiar de diferentes perspectivas, conhecimentos e experiências. Você está escolhendo melhor. E todos se beneficiam disso. E é esse o tipo de lógica que temos com nosso jornalismo.

Você acredita em mudança no paradigma da notícia como produto?

Acho que ainda é uma meta. Mas acho que nosso objetivo é compartilhar, nosso objetivo seria compartilhar um conhecimento que não pertence a uma única pessoa. Isso não significa que não estamos tentando vender coisas ou não tenhamos um enfoque no financiamento. Mas acho que o objetivo continua sendo

nossa missão e fornecer dados relevantes, que tem valor. E se fornece dado relevante, você também pode agendar a partir disso. A informação em si não pertence a ninguém. Acho que somos capazes de entregar as informações de uma forma que será útil para as pessoas.

Que programas vocês usam?

Excel, planilhas ... Charles usa Python para quase tudo. Extração de dados, construção, análise. Nosso objetivo não é apenas disponibilizar a informação, mas também torná-la acessível a qualquer usuário. Assim, podemos juntar tudo e construir um banco de dados. Mas então vamos simplificar isso criando uma planilha ou documento do Google que todos possam acessar. Ou uma ferramenta que podemos usar. Sempre pensamos em como as pessoas vão acessar, como ser acessíveis.

Como foi o trabalho como empresa Outlandish?

A colaboração não está apenas nas histórias. O jornalismo coopera com a tecnologia e com outras coisas. Não se apoia apenas em uma pessoa. Para usar os dados, você precisa entender como as coisas são feitas. Você não precisa se tornar um programador e designer. Só precisa saber como funciona, mas precisa de um parceiro ou colaborador. Mas se você não pode entender o que é possível, você não pode pedir ajuda e encontrar colaboradores. Pessoas aprendem dentro da perspectiva que têm. Mas se a pessoa sabe juntar os dados, tem uma compreensão básica do Excel, sobre raspagem de dados, tudo se baseia em uma espécie de perspectiva única de desafio que poder ir além do que nós percebemos ser possível. Assim, nós podemos contar com a colaboração de pessoas que podem ir além. Os métodos computacionais estão nas mãos de poucos – há um limite no número de jornalistas que podem acessar informações que representam a vida das pessoas

O Bureau atua com uma perspectiva pessoal ou dentro de uma filosofia da agência?

O Bureau Local tem uma abordagem específica. Falamos sobre ter uma abordagem de dados. Todos na equipe precisam construir evidências em dados. Isso significa que podemos servir as pessoas em todo o país. Portanto, cada projeto tem uma abordagem sobre como podemos compartilhá-lo em todo o país. Mas pode

significar que não haja dados e vamos coletá-los ou, se houver dados, como podemos facilitar o acesso. Mas a forma como as pessoas fazem isso é muito diferente. Algumas pessoas da minha equipe estão mais interessadas em STL (formato file). Charles está interessado em Python . Há uma ideia geral sobre quais evidências devem ser usadas em nosso jornalismo e como melhorar a acessibilidade das informações. É uma parte central. Mas como cada membro faz isso pode ser único.

Como definem a visualização?

Acreditamos que o objetivo deve ser definido primeiro. Como é a melhor maneira de comunicar o que queremos comunicar e, em seguida, você começa a olhar para as diferentes opções. Então, se um mapa é a melhor maneira de se comunicar, isso surge muitas vezes porque o que estamos fazendo é localizar coisas ao redor do Reino Unido. Porque às vezes é a melhor visualização. Mas objetivo deve ser o que queremos comunicar e como fazer com isso seja eficaz para as pessoas. E pensamos nas diferentes maneiras de fazer isso.

Por que optaram pelo jornalismo de dados abertos?

Nós abrimos os dados quando convidamos pessoas (a colaborar). “Estamos investigando, junte-se a nós” Criamos nossa método de reportagem (reporting recipes) e os dados abertos. Isso permite que as pessoas participem conosco. Permite que se juntem a nós. Permite melhorar a investigação porque podemos receber um feedback das pessoas sobre o que está acontecendo em suas áreas. E então, quando a história é divulgada, nós a abrimos para o público, porque queremos que nossos dados alcancem mais pessoas e gerem ação. Então queremos que as pessoas usem e levem para seu parlamentares, para seus proprietários, para os médicos, ou seja que possam reivindicar ou exigir mudança. Que colaboradores construam histórias completamente novas. Queremos que o jornalismo viva no mundo real. Um dos objetivos do Bureau é ser um agente dinâmico, não apenas narrativas escritas. E eu acho que quando você fornece isso, você permite que as pessoas imprimam um perfil completamente diferente ao jornalismo.

Hazel Sheffield – The Bureau of Investigative Journalism (entrevista

realizada em 16/09/2019, em Londres)

Como você chegou ao jornalismo de dados do TBIJ?

Eu queria trabalhar como economias locais sobre coisas que acontecem mais fora de Londres. Decidi me candidatar para o financiamento deste projeto (site Far Near) e quando recebi o dinheiro deixei o jornal. Passei muito tempo reescrevendo histórias. Não há muitas reportagens originais. Em 2015, quando aconteceu o referendo do Brexit, ninguém previa isso. Eu estava na redação no dia em que saiu o resultado e isso foi tão estúpido. Não sabíamos porque não estávamos relatando corretamente. Foi realmente um alerta. Eu pensei: “não sei se estamos contando histórias que realmente importam” Então, eu decidi sair do jornal.

Como os dados afetam a decisão sobre os problemas Os dados falharam (8:29)?

O tipo de coisas que investigamos são questões sistêmicas. Como ajudamos a apoiar histórias locais? Não escolhemos um problema específico do local. Estamos interessados em conectar os dados e como os dados podem fornecer independência para as pessoas. Pode fornecer uma pista. Pode fornecer evidências, informações sobre o que está acontecendo. Acreditamos que por trás de cada número de planilhas de data há uma história. Os dados são sempre o quê. Não é o porquê. Os dados podem nos dar uma orientação, podem ser nosso guia, dar como justificativa (??? 9: 14.51). Quem é a ação afetando. Por que isso está acontecendo? Quem são as pessoas por trás disso? Estamos tentando fazer uma investigação em grande escala, fornecer a vocês um ponto de referência comparável. Para nós, os dados nos ajudam a tomar decisões, mas não são tudo. Pode ajudar a detectar um problema e nos ajudar a ver o que está acontecendo ou não. Mas há muito trabalho investigativo adicional envolvido. Permite-nos abrir-nos para o trabalho colaborativo, ajuda-nos a dar uma pista, uma linha superior investigativa que temos de escavar...

Você atribui essa decisão à preocupação com o papel do jornalismo?

Acho que há menos jornais locais, que pertencem a uma empresa que compartilha conteúdos feitos por repórteres. Há menos dinheiro nos grandes jornais. Eles não têm correspondentes em cidades diferentes como eu costumava ter. Você não pode dizer que toda a mídia não está indo bem. O Bureau está

fornecendo recursos e trabalho para freelancers e repórteres locais. Existem algumas publicações investigativas recentes: *The Bristol Caber*, em Bristol. Na Escócia, *The Ferret*. Há um grupo em Leeds, *The Overtake*.

O jornalismo de dados pode contribuir para superar a desconfiança na mídia?

É uma grande questão. Só não sei se os leitores realmente se importam com os fatos. Porque não se trata de saber dos fatos verdadeiros. Os serviços não estavam mais sendo geridos pelos conselhos municipais. Fizemos uma grande investigação para saber exatamente o que foi vendido pelos conselhos. Eu sei que tenho habilidades, costumava me chamar de jornalista de dados... Mudei. Agora eu me chamo de repórter. Fui lá (no TBIJ) Bureau) e disse que achava a cobertura relevante. “Você estaria interessado em trabalhar em equipe?”, me perguntaram. Na verdade, eu e Gareth (Davies) estava trabalhando em algo bastante semelhante.

Gareth tem muita experiência em solicitar Freedom of Information. Ele é como um mago. Por isso, ele foi capaz de encaminhar estrategicamente um pedido de FOI em em um processo muito longo. Devo dizer que quando começamos a analisar os dados, fiquei muito impressionada. Havia muitos dados. Uma coisa é encontrar dados. Outra coisa é encontrar histórias.

Fizemos um bom trabalho conseguindo que a maioria dos conselhos respondesse. Eu fiquei verdadeiramente impactada. Eu simplesmente não sabia, quando você tem tantos dados, como explorá-los. A vantagem é o Bureau possui uma rede de pessoas conectadas em todo o país. Uma vez que os dados são reunidos, o Bureau os envia para a rede que opera no Slack. “Esta é a informação que reunimos, precisamos de ajuda para processar porque é muito grande. Você estaria interessado em ajudar na investigação?” Aí, eles ele trabalham na redação aberta (online) para as pessoas informarem sobre o que encontraram, nas áreas que as pessoas estão cobrindo. E é assim que toda a investigação é feita, é uma ótima maneira de lidar com um grande conjunto de dados quando há tantas pessoas olhando para ele.

Vocês criaram um mapa interativo...

O orçamento para o Far Nearer era principalmente para fazer um mapa. Acho muito interessante essa forma interativa de apresentar dados. Não funciona para tudo. Quando falamos com Outlandish, tivemos uma reunião para explicar o que queríamos fazer. E eles foram muito eficientes em definir "qual é o objetivo

deste mapa?” Por que vocês precisam de um mapa? Então, eles nos fizeram pensar muito. “O que você acha? Você gosta disso?” “Eu não sei ainda.” Acho que é uma forma de apresentar grande quantidade de informação.

Você começou a trabalhar com mapas ainda no jornal? Ou trabalhando para o Bureau ou no projeto Far Nearer?

Foi no Far Near que fiz meu primeiro mapa, mas não era um mapa de dados. Eram apenas histórias ...

Como foi a criação do mapa? Você pode me explicar o processo?

Gareth fez toda a documentação. Charles limpou os dados. Ele é o cara, ele é o cara da planilha. Ele codifica, faz a planilha. Ele certamente limpou os dados para que fossem executados como um mapa. Charles teria um lado mais jornalístico. Estranho, eles (*Outlandish*) só querem trabalhar (no mapa). Mas Charles é um jornalista que sabe onde quer chegar. Ele trabalhou para ser preciso. Portanto, é importante ter os dois lados. E Gareth puxou toda a documentação. Ele escreveu as *receitas* (do relatório: documento com informação sobre o processo de trabalho com dados abertos chamado de *Reporting Recipes*). Ele também fez as planilhas. Isso é um processo que o Bureau desenvolveu. Porque eles têm que se envolver com todas essas centenas de pessoas remotamente em suas investigações. E eles acham que a receita é a melhor forma de fazê-lo.

Você tem o resultado? Sabe quantas pessoas acessaram o mapa?

O acompanhamento sobre os acessos nas primeiras semanas foi muito bom. O impacto que Gareth teve foi realmente incrível em termos de reconhecimento do governo.

Qual a melhor forma de usar dados?

Eu sou jornalista. Para mim, o melhor uso é para encontrar histórias. Tenho certeza que Mark Zuckerberg tem uma ideia sobre para que servem os dados.

Os dados como da reportagem sobre os conselhos podem ser usados como um documento para as autoridades?

Acho que isso acontece apenas em uma organização como o *Bureau*. Eu

nem acho que isso acontece em um jornal brasileiro. Você acha que os jornais se envolvem tanto com os comitês do Parlamento?

Você acha que o The Bureau pode ser visto com mídia alternativa?

Eu os vejo como uma alternativa aos jornais da grande mídia, com certeza.

Você ve similaridades no trabalho do Bureau que o aproxima do jornalismo cívico?

Eu considero muito mais envolvente que a mídia tradicional. Eles passam muito mais tempo com as pessoas. até contratam pessoas como Rachel (Almada).

A crise está levando mais jornalistas a se envolver em projetos como o The Bureau?

Quando vejo alguma publicação que está tentando envolver mais seus leitores. ainda penso na situação que tínhamos em 2016, quando ninguém podia prever os resultados do referendo. Não pense que o jornal sabe o que está acontecendo em grande parte do país. Eu não acho que eles estão se esforçando para saber. Na Inglaterra, no Reino Unido, a mídia está longe de verificar os fatos.. Então espero que cresça esse modelo engajado. Espero que cresça, mas a segunda coisa é o financiamento. Não temos a rede e as fundações que a organização sem fins lucrativos que os EUA têm, o status de organização sem fins lucrativos que o The Bureau possui.

Por que é maior nos Estados Unidos que aqui?

Acho que faz parte da história deles. Grandes famílias industriais com grandes lucros. Se você não tiver isso na mesma escala... Pense na a Fundação Bill Gates.

Data jornalistas X jornalistas...

O que é interessante sobre Megan é que ela estava criando uma equipe de dados em um jornal há cerca de dez anos, quando era novo e ninguém estava usando dados. Ela foi uma pioneira e imagino que eles ainda tenham uma equipe de dados, em vez de todos os repórteres usando dados. Acho que (dados) tendem a ser impenetráveis. Você entende o que quero dizer. É uma espécie de mundo fechado.

Você não entende como fazer. E eu acho que esta é uma das razões pelas quais o Bureau é tão especial e importante. Permite que qualquer pessoa, não apenas jornalistas, participe nas investigações e é a única forma de passar pelo processo de olhar os números e ver como as outras pessoas fazem isso. Eu aprendi muito com a experiência. Eu nunca usei tantos dados. Agora sinto que tenho conhecimento. Acho que é um treinamento e uma experiência natural .

Depois dessa experiência, como isso mudou sua maneira de trabalhar?

Estou muito mais confiante em formular solicitações via Freedom of Information. Para saber onde olhar quando tiver dúvidas sobre o uso de dados. Acho que a confiança é o melhor objetivo.

Jornalismo de dados se aprende de forma autônoma?

Você só aprende treinando. Mas depende do nível que você deseja atingir com os dados. Talvez você queira aprender apenas a fazer planilhas e pode fazer isso sozinho. Mas se você quiser fazer o que Charles faz, precisa aprender.

Como é a rotina no Slack?

Conversamos muito. Porque Gareth está baseado no Norte (da Inglaterra). Também trabalhei na elaboração de reportagens sobre contas públicas. Acho que vou continuar colaborando ... Estou interessado em conseguir mais financiamento para fazer algo semelhante.

Como vê a colaboração?

Existem tantos freelancers e faz sentido que as pessoas possam colaborar. Fazendo isso juntos e fazendo coisas importantes.

Como você mede o impacto real do seu trabalho e do Bureau?

Eu acho que eles querem estimular as pessoas a terem mais solidariedade e equanimidade enquanto pensam, pessoas iniciando novos projetos que possam funcionar. Eu procuro as pessoas e as acolho se tiverem algum trabalho positivo, às vezes eles vão ter mais financiamento, às vezes vou ajudar a conseguir levantar um perfil e, assim, a pessoa consegue mais financiamento, conexões. E vejo coisas como visualizações de página, número de compartilhamentos. É muito difícil medir

o impacto. Mas você pode afirmar que as pessoas estão lendo.

Qual o feedback?

Às vezes fico satisfeita quando recebo comentários perversos...

A mídia convencional não se conecta com os leitores de uma forma que demonstre preocupação com o impacto de suas notícias?

Porque eles têm uma forma diferente de se financiar. É por isso que o Bureau tem que provar o impacto para seus financiadores. É por isso que eles firmam esses compromissos.

É uma demanda?

Totamente. E não é uma coisa ruim.

Você acredita que organizações como Far Nearer e The Bureau não encaram a notícia como um produto, como uma *commodity*?

Eu gostaria de achar que isso acontece. Eu gostaria de pensar que é mais do que uma mercadoria, mas ... eu não sei ... é difícil para eu dizer ... O Bureau, eu sei, eles lutam porque não não querem ser vistos como veículo que faz campanha, não querem ser como uma instituição de caridade tentando forçar uma nova legislação. O jornalismo só tem que fazer jornalismo. É sobre independência e transparência, não necessariamente pressionar por uma agenda. Eu sei que o Bureau está muito preocupado com isso. É interessante para mim que eles estão mudando para esta política, uma nova área onde há impacto indireto porque eu sei que eles estavam preocupados em não se tornarem ativistas. Eles não querem ser vistos como veículo que tem uma agenda. Eles nunca apoiariam um partido político. Então, é interessante ver como o jornalismo se envolve nesse novo papel. Não é apenas uma mercadoria? Não deveria ter uma agenda. Eu estava pensando nisso porque quero conseguir mais dinheiro para o meu projeto. Como meu relatório poderia ajudar grupos minoritários sobre os quais estou relatando, Como posso dar a eles mais informações, mais transparência, mais dados, como posso dizer mais sobre onde eles moram para ajudar no desenvolvimento. Eu acho que é mais do que uma mercadoria. Mas ainda não tenho uma conclusão definitiva.

Megan Lucero afirmou que os dados podem ser manipulados. O jornalismo de informação traz a ideia de que cão de guarda. Você vê algum paradoxo quando confia em dados oficiais?

Os dados em si também podem não ser confiáveis ... É um truque. Para confiar nas informações, precisamos nos basear na lei. A Comissão Europeia está tentando garantir que o *Google* cumpra os regulamentos. O que Gareth tem feito, eu estava ajudando a tentar obter dados transparentes das autoridades locais, está se tornando cada vez mais difícil. Eles estão trabalhando com métodos comerciais e seus métodos não precisam ser transparentes. Portanto, não estamos obtendo a mesma qualidade de dados.

Rachel Oldroyd – The Bureau of Investigative Journalism (entrevista realizada no dia 05 de dezembro de 2019, em Londres)

Conte um pouco da sua história...

Entrei para o Bureau em 2010. Praticamente no início do Bureau. Eu decidi convictamente. Trabalhei no *The Mail on Sunday* por treze anos. Razões parcialmente pessoais. Eu tenho três filhos. Tive minha licença-maternidade. Era uma boa hora para pensar em uma mudança de carreira se eu quisesse fazer uma mudança. Além disso, foi uma época em que houve uma grande retração da mídia por causa da crise financeira. Trabalhei em uma seção de reportagem investigativa. Meu objetivo era cobrir jornalismo internacional. Eu tinha um orçamento ilimitado, podia contratar as melhores pessoas. Eu poderia enviar grandes equipes para contar boas histórias e vi, da noite para o dia, meus orçamentos minguando. Para continuar fazendo o trabalho, que eu achava importante, que eu queria fazer, tive que fazer malabarismos mesmo. Eu poderia gastar todo o dinheiro em apenas uma reportagem. Eu percebi que estava comprometendo o trabalho. E culpei o jornal. O publicidade sofreu perdas e vieram os cortes.

A razão pela qual faço jornalismo é para fazer a diferença no mundo e é parte da razão pela qual trabalhei naquele jornal porque eles tinham orçamentos e se preocupam com jornalismo. Quando li sobre o Bureau e porque a organização foi criada, pensei que eles, absolutamente, estão tentando preencher essa lacuna que surgiu no jornalismo para o qual trabalhei. Decidi que, definitivamente, queria sair e entrei para o Bureau como freelancer. Editor. Eu dirigia um projeto e depois de

seis meses, eles me ofereceram um emprego, então comecei a trabalhar para a organização no verão de 2010.

O Bureau acumula muitos prêmios. A que você atribui esse sucesso?

(**O Bureau**) Foi uma organização muito ambiciosa desde o início. Nossa fundadora, Elaine Potter, é superambiciosa. A razão para o lançamento é que essa organização tem que trabalhar bem porque o resto da mídia não está indo bem. Precisamos focar no que é uma boa mídia e um bom jornalismo, bem como contra histórias. Eu estava de volta e me identifiquei com organização desde o início. Definitivamente, tínhamos nos concentrado na missão da organização. Se somos movidos por uma missão, o que isso significa no contexto de uma organização jornalística? Como podemos estimular mudanças mudar e permanecer fiéis ao jornalismo... E tem sido diferente um aprendizado nos últimos dez anos. Os fundadores confiam na equipe.

Afinal, o jornalismo importa? Por que há espaço para o Bureau e outras organizações sem fins lucrativos?

Precisamente porque o jornalismo não importa. Essa é a resposta. O bom jornalismo realmente importa e realmente tem uma função forte na sociedade. Falamos muito sobre o 4º estado e como o jornalismo baseado em fatos independentes pode responsabilizar, destacar os erros, dar voz ao sem voz e etc. e etc. Esse é um papel importante que o jornalismo fez / desempenhou. Por um número de décadas, este papel foi desempenhado no contexto da organização comercial. E funcionou. Mas se essa função não pode mais acontecer no ambiente comercial, se essa função não está servindo ao bem público, e, então o público vai apoiar esse bem público, se concordar que é um bem público. E acho que estamos vendo o público fazer isso. Certamente, é o que se vê nos Estados Unidos. Note os 3 milhões de dólares que estão sendo despejados na (agência) ProPublica seis semanas após a eleição de Trump. (O editor) Paul Steiner mal acreditou. Não vimos exatamente o mesmo no Reino Unido, mas não vimos no Reino Unido e na Europa, porque falo com as mesmas organizações em toda a Europa. Vimos que as fundações e os doadores estão realmente compreendendo seu papel de ajudar a apoiar o jornalismo de interesse público.

O jornalismo com um propósito amplia o campo profissional?

Você tem Human Rights Watchers, The Guardian Witness, Greenpeace que fazem jornalismo de campanha. É claro que eles usam métodos de jornalismo para escrever os fatos e as informações. Mas acho que são organizações muito diferentes de algo como *ProPublica* e *Bureau*. A diferença é realmente pensar sobre o que faz o jornalismo voltado para a missão no contexto de uma organização jornalística, em vez de uma organização de campanha. Como descrevo a diferença? O jornalismo que acontece em uma organização de campanha começa com uma resposta. Obtém os fatos e as evidências que sustentam essa resposta. O jornalismo de interesse público, com base jornalística, sempre começa com uma pergunta. Não presume a resposta. Então, podemos ter uma hipótese e podemos estar dizendo que pensamos, que essa é a razão pela qual estamos examinando isso, mas podemos mudar a direção conforme acompanhamos os fatos e vamos relatá-los.

O que é precisão para você?

Somos totalmente movidos por precisão, fatos, evidências. O jornalismo baseado em evidências é o que realmente nos move. Temos processos de verificação de fatos muito rigorosos. Nossos jornalistas são completos checadores. Questionamos cada detalhe da história para ter certeza de que é preciso. Mas é uma pergunta muito boa. Perguntar o que é precisão porque $2 + 2$ é quatro e você pode verificar isso, mas também precisa considerar a perspectiva do contexto, onde chega a partir dos fatos. É mais sobre os contextos em se apoiam esses fatos. Eu não tenho uma resposta. É uma questão pertinente que os jornalistas, principalmente neste espaço jornalístico público, estão tentando resolver. Eu sei que é algo em que a *ProPublica* está pensando muito. E é uma grande questão em torno da diversidade da indústria. E o fato de a maior parte da indústria ter um certo tipo de padrão significa que temos um contexto ruim. Rachel Almada (da equipe do Bureau Local) fez um lindo diagrama mostrando “aqui estão todas as histórias, aqui estão todas as histórias que você leu nesta semana, aqui todas as histórias que finalmente chegaram à primeira página. E é tudo sobre a perspectiva que se adota. Eu não acho que exista precisão dos fatos. Existe precisão de contexto. No jornalismo de dados em particular.

A verificação dos fatos é uma parte importante do processo?

Como você verifica se está fazendo as perguntas certas. Frequentemente, nos dados, você encontra uma agulha em um hospedeiro. É a agulha certa? É uma pergunta realmente capciosa.

O Bureau Local firma um compromisso com o impacto; em “fazer a diferença”....

...Acho que o Bureau Local é inovador. É uma ideia muito simples. Existem grandes volumes de dados que refletem um problema em todo o país. Trazemos esses dados para uma área específica do país e isso é muito trabalho. Compartilharmos isso com jornalistas locais que estão trabalhando em pequenas áreas, eles podem dar significado aos dados. E os dados são um *lead* de história. E eles constroem a história em torno disso. Eles chegam ao lead, ao contexto da história, como essa área se encaixa no mais amplo. Então, na verdade, eles fazem essa história importar ao relatar isso (15h49). Isso é o que eu acho inovador. Jornalistas trabalhando juntos entendendo que uma questão nacional realmente faz a diferença. Realmente atinge a compreensão de uma pessoa se essa história for contada de uma forma que se encaixa em sua vida, a comunidade local ou o que realmente importa para ela em sua região.

E como fazer a diferença?

Compreender que o bom jornalismo pode desempenhar um papel na mudança da sociedade. É apenas uma parte. É raro que o jornalismo por si só mude as coisas para melhor. Até os grandes exemplos que você tem é porque ativistas, políticos, muitas partes se envolveram. Mas o jornalismo só tem chance de fazer a diferença se você contar essa história em nível local. Aparentemente, nos descartamos de nossa imprensa local e acho que uma imprensa local fraca significa que temos uma sociedade fraca. Portanto, o *Bureau Local* visa facilitar o suporte e inovar no espaço local. Mas não contando a história local porque não podemos. Não somos uma organização grande o suficiente e nunca seremos quinhentos jornalistas trabalhando no local. O que podemos fazer é facilitar a colaboração e deixar que aconteça.

Charles Boutaud compreende que os dados trazem as coisas em grande escala e empurram o jornalismo para as ciências sociais.

É exatamente o que eu estava tentando dizer. Então, muita gente faz isso com o jornalismo. Não há mais nada de inovador no jornalismo de dados, é apenas mais uma ferramenta. Mas dizer que centenas de pessoas morreram desabrigadas no Reino Unido no ano passado. Ok, você leu e ficou triste, e segue em frente. Dizendo que 700 centenas morreram em desabrigados no Reino Unido no ano passado, e 39 morreram na cidade que você mora; todos eles tinham menos de 40 anos; todos morreram porque o refúgio local fechou. É terrível. Você pensa: “nossa, essa é a minha cidade, é isso que me interessa. o que posso fazer para fazer essa mudança?” Os dados estão aí, os fatos estão aí, mas vai além dos fatos e faz uma história real e como isso impacta em sua vida.

Pode falar sobre a construção de dados, que foi feita por exemplo na mat éria sobre mortes de moradores de rua?

A razão pela qual acabamos construindo dados é porque somos uma organização que tenta fornecer um jornalismo baseado em evidências, que é o trunfo que podemos fornecer para a história. Aconteceu porque descobrimos que os dados não estavam lá. Portanto, tanto no projeto de drones quanto na contagem de mortes entre população de rua (projeto *Make them Count/Números que contam*). Em drones, pudemos identificar o que foi um crime muito específico no Reino Unido. E os dados não existiam. Então, como podemos responsabilizar as pessoas se não houver algum dado para dizer que é isso que está acontecendo? Você pode ter os dados mas você não pode saber o nível das coisas que estão acontecendo lá. E não foi planejado para simples construção de dados mas para contra uma história. Então percebemos que não havia dados e pensamos: “temos que fornecer os dados.”

Você acredita que reportagens como essas humanizam os dados?

Esse é um aspecto muito importante. Isso está lá desde o início da organização. Não era apenas contar os números em histórias. Vamos ter certeza de contar histórias que vão além dos dados, fazer com que os dados contem. E os dados são muito importantes. Muito trabalho que fizemos sempre envolveu dados. Podem ser vazamentos, mas há números ou padrões, dados tradicionais. Mas em muitas de nossas histórias, há um certo nível de dados, mas certifique-se de que isso seja

apenas parte da história.

O TBIJ oferece o que poderíamos chamar de reportagem em camadas profundas onde você desce ao material bruto da reportagem (original de documentos e spreadsheets). Porque adotaram esse método?

É uma forma de dar um *feedback* ao leitor. Falamos sobre checagem de fatos e checagem de fatos para nós não é: "oh, essa reportagem é do *The Guardian* e isso é bom o suficiente". O repórter tem que voltar às fontes originais, ler por si mesmo, ter certeza de que o fato que foi relatado está correto, não apenas assumir que outros jornalistas relataram que está correto. Na verdade, voltando às fontes, não está errado o que eles escreveram, mas não está completo. Nossos jornalistas voltam naturalmente às fontes, (24h32) ficam imersos nas matérias. A transparência embasa nosso método. É uma forma natural se pensarmos que é realmente importante descer ao nível básico dos fatos, então também é muito importante que outras pessoas saibam de onde tiramos isso. Nem sempre consigo abrir os dados. Às vezes é ligeiramente ardiloso, desafiante. Houve casos em que havia questões legais vinculadas aos dados. Mas tentamos muito quando podemos. Temos uma enorme postagem de documentos na nossa nuvem de documentos e em nosso github.

Você segue o tráfego.

Não muito. Não importa. Se uma pessoa acessa os dados, é porque é a pessoa certa. Eles foram lá por um motivo. O norte é dedicar nosso esforço (à transparência) se uma pessoa acessa. Na verdade, é sobre como construir a confiança.

Você pode construir a confiança no jornalismo por meio do uso de dados, uma vez que significam evidências?

Isso retorna a questão de como obtemos evidências. Eu percebo a partir da minha perspectiva. Minha equipe percebe a partir de suas próprias perspectivas. Tentamos o máximo possível evidenciar nossos fatos. Publicar essas evidências, permite que as pessoas, uma, duas ou três pessoas, vão até lá. E talvez vejam de um contexto diferente ou com mais conhecimento. Isso é tudo o que nossos repórteres reuniram baseado nas informações que juntamos. Então, os repórteres podem voltar

a eles dois ou três anos depois e dizer: “ah, isso é realmente interessante”. Perceber um contexto ligeiramente diferente ou “nossa, aquele documento que retratou a coisa errada”. Há um ângulo muito mais interessante aqui ou padrão a partir dos dados. Permite que as pessoas construam suas histórias e as revisitem, mas também constrói a confiança porque as pessoas sabem que você está verificando e está trabalhando ao máximo para ser preciso. De vez em quando você erra mas você está fazendo tudo que pode para ser tão preciso quanto é possível. Você desenvolve um nível de confiança. E eu definitivamente acho que essa é uma das coisas pelas quais o Bureau é altamente considerado. Nós realmente verificamos nossos fatos, realmente buscamos evidências, rechemos as fontes e verificamos os fatos.

Isso explica porque o Bureau recebeu tantas premiações que reconhecem o valor de suas reportagens?

Acho que sim porque tento encorajar as pessoas a experimentarem e deixar os repórteres livres coisas para seguirem as histórias. E você pensa: meu Deus, isso está demorando três meses. Realmente valeu a pena? Mas no momento em que você vê (o resultado), é incrível. Por sermos uma organização financiada por filantropia, é das oportunidades incríveis. Nosso jornalismo não precisa entregar cliques. Nosso jornalismo tem apenas que entregar qualidade e fatos. Esses fatos podem não revelar grandes furos o tempo todo, mas dizem respeito a fatos sólidos.

Você não se sente ansiosa sobre a publicação da reportagem ?

Sim, claro (rindo). A reportagem sobre sem-teto, por exemplo, levou um ano e trouxe informações relevantes. Você nunca sabe onde nossas histórias irão aterrissar. E parte disso tem a ver com o tempo. A comercialização de carne pela empresa brasileira (JBS), por exemplo. Não sabíamos, quando publicamos que, na verdade, a Amazônia se tornaria um dos grandes assuntos. Ela rendeu, mas poderia ser apenas mais uma história que você sabe que é muito importante mas se perde no meio de tantas.

Por que investiram na pauta?

Foi a mesma situação que em na reportagem sobre sem-teto. Como equipe, sabíamos, com certeza, que chegaríamos a uma história ali. Sabíamos que ninguém estava coletando dados sobre isso. Qualquer que fosse o número, seria uma história. O fato de ser tão grande, o fato ser revelado depois de um inverno muito rigoroso,

muitas pessoas morreram, o fato de que de repente houve cortes em serviços no Reino Unido, realmente começou a impactar as pessoas nas ruas. Mas não podíamos prever essas três três coisas. É tudo uma questão de tempo. Você pode passar muito tempo ansioso com se a história renderá. Você tem que seguir seu faro, essa é uma história importante. Algumas histórias chegarão às manchetes, estarão em todos os jornais, em todas as notícias. Isso não significa que apenas a história que chega ao jornal seja realmente importante.

Pode falar sobre o modelo colaborativo adotado pelo *Bureau*?

Definitivamente, há alguma mudança. A colaboração ficou muito mais fácil nos dez anos em que trabalhei em organizações. As pessoas têm mais igualdade na colaboração. Mas ainda há muita competição. Você faz as pessoas agirem como: “se você trabalha comigo, não pode trabalhar com elas”. Algumas de nossas histórias podem ser republicadas em qualquer jornal. Muitas outras são feitas em parceria com algum jornal como forma de garantir que poderemos fazer a história, mas isso se limita a colaboração àquele jornal que não quer compartilhar a história com outros veículos. Você tem que escolher um. Eu acho que a colaboração é muito boa. O mundo funciona globalmente. Se os jornalistas não trabalham globalmente, você não pode contar as histórias.

O Bureau Local funciona por causa da colaboração. Acho que uma das razões por que o Bureau Local recebeu tantos prêmios é porque trouxemos essa ideia de colaboração. Quando iniciei esse projeto, uma das primeiras coisas que fiz foi ir a todos os editores locais. Muita gente, os melhores jornalistas que trabalham neste segmento, disseram que não ia funcionar. “Porque o jornalismo local é tão competitivo”; “porque temos que ser”; “porque estamos sob muita pressão.” “Agora, quando estamos tão pressionados, não vamos compartilhar com ninguém”. “Não vai funcionar”

Mas nós não enfrentamos problemas. Nós usamos a mesma estratégia de aproximação exatamente como o ICIJ fez. O ICIJ foi a nossa inspiração, foi o modelo que seguimos. Uma coisa que Gerard (Ryle) e eu sempre falamos é que nós trabalhamos com jornalistas, não com empresas de mídia. E quando nos preparamos, uma das coisas que conversei com Megan foi “vamos trabalhar com jornalistas. Não devemos nos envolver com os editores e propor parcerias. Vamos aos repórteres. “Sendo um parceiro nisso, você vai conseguir uma história.” “Vou

tornar seu trabalho mais fácil.” “Vamos trabalhar em histórias que vão para a primeira página.” Você será parte disso (a cobertura)”. Não se trata de seu editor dizendo que você tem que fazer tal história. São histórias que você acha que deveria fazer também. Não é um trabalho de parceria com empresa. É sobre pessoas trabalhando juntas.

Interessante porque o jornalista tem essa ideia de que tem autonomia e de certa forma você aumenta a autonomia porque vai direto ao jornalista. E eles decidem que vão aderir porque querem fazer isso. Isso faz uma grande diferença. Temos repórter dizendo: “Eu quero participar. Como posso aderir?” “Você precisa informar ao seu jornal. Você só se torna um membro se quiser se tornar um membro.” Esta é uma das razões pelas quais funciona. Não parece tão inovador ou inteligente, mas é. É uma pequena coisa que faz uma grande diferença e é definitivamente inspirado no ICIJ, é uma questão jornalística.

Como você escolhe a agenda. Interesse público. Nunca teve a intenção de cobrir notícias difíceis? Como você seleciona?

É uma pergunta muito difícil. Sempre me perguntam isso. Não existe um processo, uma regra burocrático (*tick box*) Decidimos em que áreas devemos trabalhar aqui. Uma das razões pelas quais fizemos isso é porque permite que as pessoas construam contexto, construam conhecimento, isso significa que elas receberão histórias melhores. Dentro disso, como escolhemos uma história? Não temos receita. É muito mais a partir de critérios. É do interesse público? Podemos trazer benefícios? É algo que ninguém cobriu? Vai repercutir? Talvez faça a diferença. São essas coisas que nos perguntamos todas as vezes. Na maioria das vezes, as pessoas chegam até nós com histórias que, na verdade, não são ambiciosas o suficiente. Não estamos tentando preencher o espaço. Existem centenas de milhares de histórias por aí. Por que devemos levar essa história? Qual é a diferença que podemos fazer? Qual é o valor que a organização pode trazer?

Em um evento você disse: “Se eu pensar em como a mídia pode gerar mudança, isso ajuda enormemente toda essa questão de confiança.” O jornalismo de dados como um método científico pode ajudar a superar a desconfiança?

Acho que isso corresponde ao propósito do jornalismo no mundo além do

entretenimento. Se o propósito do jornalismo é realmente atuar como Quarto Poder, é responsabilizar, revelar erros sistêmicos, dar voz a quem não tem voz, se começarmos a educar o público que (jornalismo) é isso, se é isso que fazemos, então, se quisermos que as pessoas confiem em nós novamente e vejam o bem público que fazemos. E nós fazemos, o bom jornalismo serve ao bem público. E, como jornalistas, somos muito ruins em falar sobre nós mesmos, não somos bons em falar e explicar para a sociedade por que o jornalismo é importante. E o bem público que servimos. Então, para mim, você pode ver através da história, que o jornalismo mudou as coisas porque ele inicia o debate público, ele revela atos errados. O que poderíamos começar a fazer é dizer ao público: “isso é o que fazemos.” Isso significa que toda vez que algo mudou em decorrência do nosso trabalho, precisamos apontar. Porque, se mantivermos isso como uma coisa circular, o bem público que provocamos e o trabalho que prestamos, então eles não deixar de confiar. Porque eles vão entender que podemos errar, mas o erro é resultado de uma boa intenção.

O jornalismo de dados contribui para esse resgate?

Acho que realmente ajuda. Eu realmente acho que o *The Guardian* conseguiu isso nos últimos dois anos. A mensagem era: “o Guardian é a voz da esquerda liberal, nós vamos morrer porque estamos em um momento terrível, ninguém está pagando mais pelo nosso jornal, dê-nos o dinheiro!” E agora, a mensagem é: “nosso jornalismo é gratuito porque é muito importante que todos tenham acesso aos fatos que ajudam as pessoas a entender o mundo, que ajudam a dar voz aos que não têm voz e a ter poder para prestar contas. Estamos servindo ao bem público. Portanto, temos que apoiar esse bem público. E ser uma grande potência na alfabetização midiática. Que se você pagar pelas coisas, não desapareceremos.” E a gente costuma pagar comprando jornal. Nós não fazemos mais isso. Então, não percebemos que estamos pagando por esse bem público quando compramos um jornal para ler as notícias. Na verdade, você estava pagando por esse bem público porque deixou de comprar jornais. Esse bem público não pode acontecer a menos que alguém pague por ele. E para reconstruir essa confiança, esse apego e engajamento com o público, eles precisam entender esse bem público. E eu não acho que eles entendem. E uma das mentiras mais perigosas vivas no momento são as *fake news*. E Trump fez um estrago incrível, inimigos do povo,

fake news na CNN e no New York Times. Essas organizações atendem ao público. Seu papel é obter as informações e divulgar as notícias.

Na sua opinião, há menos precisão na mídia tradicional?

Sim, existe. Mas eu realmente acho que não é uma questão de jornalismo. Acho que é apenas um reflexo de onde estamos. Chegamos a um lugar onde a maior parte da mídia é comercial. Eles se guiam por lucros. A maior parte do nosso mundo é movida pelo lucro. Então, por que a mídia não deveria ser movida pelo lucro? Não devemos criticar jornais que tentam lucrar. Os lucros diminuíram porque obtiveram o mesmo nível de publicidade, ou no papel ou no online. Então, eles estão batalhando para lucrar o mesmo. Ao mesmo tempo, eles têm que relatar o mundo 7/24 horas. E os jornais que costumavam ter três edições por dia tem que lançar notícias a cada minuto. Não é que eles abram mão da precisão. É que existe um novo tipo de jornalista que é o jornalismo de notícias de última hora. Nós nos tornamos incrivelmente importantes e servimos ao bem público porque as pessoas realmente querem as notícias no momento em que estão acontecendo. Mas as notícias só podem ser conhecidas quando uma história é contada. Acho que o *The Guardian* novamente fez um bom trabalho. Eles têm a coluna com as últimas notícias ao vivo mas destacam: “isso é tudo que sabemos até agora”. E eles realmente trazem a manchete. “Esta é uma história comovente. Não obtivemos informações completas”. “Isso é o que sabemos até o momento”. Quanto mais dizemos ao público que o mundo está mudando e os negócios estão mudando, estamos realmente prestando um serviço, estamos realmente tentando fazer o melhor que podemos. É preciso entender a pressão que sofremos também. Então, eu acho que para uma organização com a precisão do Bureau é tão importante porque nós anunciamos que publicamos fatos e fatos baseados em evidências e devemos ter certeza de que há precisão. Se você trabalha cobrindo últimas notícias, você se esforça para obter mais informações no segundo que está acontecendo. É um tipo de trabalho muito, muito diferente.

Uma vez você disse que ciência é a nova religião. Pensando no jornalismo de dados como ciência, você consegue associar as duas ideias

Acho que dados, ciências, isso nos leva de volta a uma das suas primeiras perguntas. Sobre como podemos determinar onde há fatos precisos. A maioria dos

jornalistas tem formação em Humanidades, estudam História, Relações Internacionais ou Inglês. Nós não entendemos ciência ou matemática ou *big data*. A menos que você tenha estudado, no Segundo Grau, Ciências, Matemática ou data, você realmente não consegue entender. Isso significa que o mundo considera tudo que é ciência como correto. Como “chegamos a última cura para o câncer.” E é aceito. Você vai entender isso como um fato. Não questionamos porque não o entendemos. É a nova religião. Vem do alto, vem de Deus. Os dados embasam este fato e deve ser verdade. Temos que encorajar mais ciência, dados, matemáticos para o mundo do jornalismo, caso contrário, não seremos capazes de relatar tudo isso.

Está acontecendo lentamente?

Acontecendo lentamente ... muito lentamente

Por que você acha que é tão importante ter especialistas. Você mencionou que há cada vez mais generalistas investigativos...

Acho que isso remete à questão do formato 24/7. Os jornalistas estão sendo contratados para relatar histórias quando acontecem, o que significa que desenvolvem habilidades que não tínhamos dez anos atrás. E nós (a mídia) só temos alguns centavos, não há um dinheiro mágico, então colocamos nosso dinheiro nisso e nos livramos do editor de transporte, nos livramos do editor de economia, nos livramos do editor de empregos, nos livramos de uma equipe de Saúde. E voltamos à resposta anterior. Temos que entender para melhor responder à perguntas. Precisamos entender para ver onde estão os sites problemáticos. Uma das habilidades do jornalismo é que você se torna um especialista muito, muito rapidamente. Você ainda precisa se tornar esse especialista. Você pode se tornar um especialista em tênis em uma hora ou dias se estiver relatando uma partida do Paris Match. Mas você pode se tornar um especialista em fusão nuclear+ em um dia a ponto de fazer perguntas específicas? Você pode fazer perguntas sobre como os dados foram agrupados, se você não consegue entender as informações no banco de dados? Conforme nosso mundo fica mais complicado, precisamos de muito mais jornalistas para apenas explicar como esse mundo está se movendo, mas também precisamos de muito mais jornalistas para fazer as perguntas certas.

Eu acho que é um pouco como se nos afastássemos do jornalismo

especializado, do jornalismo local. É um papel do jornalista ter faro para uma história. Mas você só pode perceber que há algo errado se entender o contexto. Se você é um repórter local, só sente faro para algo errado na sua comunidade porque mora lá, trabalha lá, sabe que está acontecendo alguma coisa. Só dá para perceber que há algo errado nas contas de habitação porque você consulta regularmente o conselho municipal

Você tem essa filosofia no Bureau?

Mudou com o tempo. Tira muito a nossa agilidade porque se você apresentar especialistas você perde agilidade. É sobre, “oh, meu Deus, alguém trouxe uma história incrível. Pode cobrir? Não, porque só temos especialistas. É uma troca, se você escolher os especialistas, você perde a agilidade. Se você mantiver a agilidade, você perde os especialistas. No momento, decidimos que devemos realmente estar focados nos especialistas, mas não sei qual é a resposta certa. Você realmente precisa de ambos.

Charles Boutaud – The Bureau of Investigative Journalism (entrevista realizada no dia 11 de outubro de 2019, em Londres)

Conte como você chegou ao jornalismo de dados.

Eu fiz graduação em jornalismo em Quebec. Sempre usei estatísticas em meus artigos. Para mim, estava usando isso porque os números dão uma sensação de escala. Não é uma vantagem isolada. Na verdade, é sistêmico. Eu encontro este especialista em dados que diz: “essa é a realidade e os dados também mostram que existem muitos milhares passando pela mesma experiência.” É por isso que sempre me interessei por números e tive um professor muito inteligente na minha graduação que recomendou que eu pesquisasse jornalismo de dados, que ainda era um termo novo em 2013. Eu terminei minha graduação em 2013 e estava procurando um mestrado que juntasse jornalismo e Ciência da Computação e só existem três universidades no mundo que oferecem isso. Columbia, em Nova York, Stanford, na Califórnia e Cardiff, no País de Gales. Ou, pelo menos, de acordo com a pesquisa que fiz. Eu fui para Cardiff.

Para você existe diferença entre jornalista de dados e jornalista?

Para mim é a mesma coisa. Ele está apenas tentando usar um tipo diferente de informação. Ainda há muitas informações que os jornalistas obterão por meio convencional ou, como faziam antes, por meio de ligações e e-mails, leitura de documentos. Eu acho que as fontes ... Eu acho que há algum tipo de informação que é basicamente dados ou simplesmente não é a informação em si, mas o acesso à informação mudou onde você certamente pode acessar múltiplas plataformas online. O fato é que a informação e a forma como é apresentada simplesmente exige novas técnicas para que você possa usar a informação disponível.

Existe uma tensão entre jornalistas e data jornalistas?

Para mim, você está perguntando se existem jornalistas bons e ruins ... Para mim, a formulação da pergunta sugere que há jornalistas bons e ruins. Se você é um bom jornalista e tem uma história que deseja divulgar, trabalhará com qualquer tipo de informação que vier até você. Tenho sorte. Todos os jornalistas com quem trabalho no Bureau são jornalistas muito tenazes e se eles conseguem uma boa linha para uma história que pode vir de dados, estão muito dispostos a gastar tempo trabalhando com dados. Eles podem não saber tecnicamente como codificar, para obter essas informações. Mas eles virão para mim. Eles dirão: “Encontrei esse arquivo de dados. Como você pode obter essas informações específicas a partir dele? Ou, a partir de um site, eles publicam os resultados desta consulta. Existe uma maneira de baixar todo o PDF, localizar os dados através da consulta que foi combinada e retirar os números. Eles entendem mais a lógica dos dados. Existem algumas pessoas que não estão dispostas a se envolver com os jornalistas de dados na redação, mas é apenas uma falha em ver uma grande oportunidade para suas histórias serem melhores.

Você disse em uma conferência: "O que me levou a escolher o jornalismo de dados é a ideia de que eu poderia melhorar a qualidade das histórias na redação, não apenas nas minhas próprias reportagens"...

...Por isso estou muito feliz no Bureau Local. Megan me disse: você quer fazer isso, uma rede que inclui jornalistas em várias redações. É exatamente a ideia de que você pode encontrar informações em grande escala e publicá-las e trabalhar em colaboração com outros jornalistas.

O jornalismo de dados exige aprendizagem formal?

Depende do nível que você deseja alcançar. Logo comecei a aprender a programar, queria fazer mais. Eu não era tão bom no Mestrado. Agora estou em uma posição em que meu trabalho no Bureau Local envolve dados e decidi que isso será a parte principal da investigação que jornalistas menos técnicos não podem fazer. Voltando ao básico, podemos ter uma conversa sobre como vamos tratar as informações, basicamente entendendo melhor como raspar ou mapear. E podemos ter uma conversa com o jornalista de dados no escritório que não tem habilidades para fazê-lo (tratamento dos dados). Podemos comparar com muitos sites onde você tem desenvolvedores e designers. E os designers dirão como eles querem que o site se pareça. Mas o diabo será quem faz a codificação. No Bureau, os jornalistas podem me dizer o que eles querem, a partir das investigações, e eu facilito isso com minhas habilidades técnicas. Às vezes, você acha que todo jornalista precisa saber raspar os dados. É uma habilidade muito útil para que você possa trabalhar principalmente com dados em casa. Mas a resposta curta, se sim ou não, eu diria não. Você precisa estar receptivo à ideia de dados, precisa ser capaz de reconhecer quando há uma oportunidade de trabalhar com dados, precisa estar disposto a interagir com as pessoas que trabalham com dados em sua redação.

Existe um ambiente favorável ao jornalismo de dados no Bureau Local?

O que posso dizer é que definitivamente estou em um ambiente muito bom por causa de Megan, que entende muito claramente o valor dos dados quando se trata de uma história. Ela é a razão número um disso (a realização do projeto Bureau Local). E o fato de Gareth e Maeve serem jornalistas experientes. No Bureau, os repórteres claramente vêem o valor dos dados e, de novo, no topo, acho que Rachel também reconhece isso. Ela foi a única antes do Bureau Local ser lançado a começar a reconhecer a oportunidade. Ela é menos versada em dados do que Megan, mas ainda assim consegue ver a importância dos dados, a nossa importância (do Bureau Local). Se quisermos fazer um projeto como o Bureau Local, somos uma pequena organização...Não temos pessoas em todas as cidades, nem mesmo pessoas em todas as regiões do Reino Unido. Então, pelo menos os dados nos revelam o que está acontecendo no país.

Você acredita que o slack tem trazido bons resultados?

Posso citar o exemplo da eleição. Alguém apontou claramente que os alunos impactariam os resultados à medida que fossem registrados (como eleitores) nos distritos. Com o resultado, mudamos o modelo e adotamos um modelo mais preciso. Há uma espécie de mobilização (no slack) que estabelece quais os dados oficiais relevante diário. Quando você fala com um jornalista, ele diz: ah, você já olhou para isso? Esse tipo de conversa é muito comum nos canais privados (do slack). Temos muitos canais. Uma vez que temos a receita da reportagem (reporting repices) com os dados, procuramos jornalistas locais e fazemos parceria com eles. E nesses canais privados há muito mais em discussão. “Ei, eu descobri isso”. Pode ser sobre uma empresa que aparentemente tem alguma negócio irregular. Pode ser ... estou me esforçando um pouco para pensar no conteúdo (do slack), em exemplo. Talvez seja melhor informar após a entrevista. Posso enviar exemplos concretos.

Como os dados trazem precisão, eles podem ajudar a superar a desconfiança na mídia?

Pergunta difícil. Os números podem ser manipulados. Tem havido muita discussão, mesmo na grande mídia sobre dados. As pessoas sabem que não podem confiar sempre nos números. O que mais as pessoas podem esperar do papel que o jornalismo de dados pode desempenhar? É você dar a eles os números que são importantes para eles. Número que eles simplesmente podem entender.

Por causa da conexão com as pessoas...

Se você apenas tem um grande número como “tantos empregos foram criados no último trimestre no Reino Unido” pode muito bem ser verdade. Mas não será real em em todos os lugares, como em Sunderland, Grimsby. E aquele número é um número real, é verdadeiro, é preciso. Mas ele traz desconfiança porque as pessoas nas áreas que na verdade têm menos empregos, veem: “o emprego não está aumentando”, “meus amigos perderam o emprego”. Agora, se você der a eles os números locais ou se chegar mais perto deles, dizendo a eles “os empregos em todo o país estão aumentando e não aqui”... Portanto, algo precisa ser feito sobre isso. Você também pode ir além disso e, com sorte, e sei que é uma utopia, mas eu gosto de pensar que essa informação para poder conectar narrativas sobre lugares que nem são considerados. As pessoas diriam que em Londres ninguém se importa com

Sunderland. Mas se você afirma que é (a realidade) em Sunderland, Blackpool, Grimsby, todos esses lugares juntos... Estou pensando em lugares no norte mas posso incluir Plymouth. De repente você está conectando narrativas. E acho que isso cria um grande senso de confiança. Acho que as pessoas querem se ver nos números, querem saber se você fez bastante checagem.

De certa forma você está humanizando dados...

...Possibilitando que as pessoas saibam mais sobre o que acontece ao seu redor. O tipo projeto interativo novo que criamos onde as pessoas podem simplesmente colocar seu código postal ou colocar o nome do seu distrito e saberão que propriedades o município vendeu nos últimos cinco anos. Não temos a intenção de adicionar tráfego contínuo aos dados, mas nosso site funciona como um portfólio que basicamente arquiva todo o trabalho. É por isso que fazemos parceria com outras mídias quando temos uma investigação pronta. O mapa em si teve 108 páginas visualizadas. Isso é muito bom para nós. E você podia ver visualizações no primeiro dia. Eram cinco visualizações por página, então você sabia que as pessoas estavam pesquisando mais de uma área se estivessem em um county council (conselho de condado que cuida de educação, saúde, planejamento, saúde, etc.) e district council (conselho municipais que cuidam de esfera menor que engloba coleta de lixo, habitação, taxas), ou talvez no conselho dos pais. A calculadora que nós usamos era muito simples, funciona a partir dos dados do CEP.

Quanto tempo leva para construir uma reportagem?

Eu trabalho muito com Gareth e Maeve. Eles cuidam da apuração. O FOI (as repostas do Freedom of Information) chegam lentamente ... Portanto, a construção pode ser lenta. Haveria outras coisas a fazer enquanto isso. Eu poderia dizer que durou um mês, mas na prática realmente trabalhamos durante uma semana em cima dos dados. Trabalhamos o resto do tempo na da rede do site (slack), ou construindo visualização para outro projeto. É difícil dizer. Nossa investigação dura no mínimo um mês. A reportagem sobre sem-teto durou 8 meses mas tivemos que fazer a contagem dos mortos. Fizemos reportagens sobre mortes que poderiam ser evitadas; foram várias reportagens no série sobre os sem-teto e todos exigem atenção diferente. Agora, existe uma pessoa dedicada aos dados em tempo integral. Posso estar totalmente focado em dados e, geralmente, ser totalmente capaz de

passar por duas grandes investigações ao mesmo tempo. É o tipo de trabalho que também pode ter um foco diversificado. Agora, estou limpando base de dados. Comparando ao trabalho jornalístico tradicional que Gareth e Maeve fazem, é um processo longo que inclui manter contato com as fontes, fazer entrevistas, falar com muita gente, transcrever. Quando eles finalizam, então estamos prontos para começar a limpar e construir os dados. Posso trabalhar, ao mesmo tempo, com dois repórteres enquanto eles trabalham em suas próprias investigações. Leva um tempo até Megan me pedir orientação para fazer a edição.

Sobre visualização, pode falar sobre as diferenças entre o que vc chama de escola americana e escolar europeia?

Eu já tenho mais experiência e me arrependo de ter falado isso (em uma conferência). Não estou em todas as redações e não consigo acompanhar como se trabalha e o cenário mudou bastante. Acho que os dados tem sido usados de forma mais generalizada nas redações hoje comparado com dois anos atrás. Vejo muito mais reportagens de jornalismo de dados. Mais demanda para jornalistas de dados. Quando o jornalista de dados começou a aparecer nas redações, as pessoas tinham uma ideia sobre como usar os dados e sobre os desenvolvedores na redação. O que percebi na época, observando a maior parte da imprensa americana, foi que muitos dos americanos que eu estava seguindo no Twitter. Eram todos empregados em organizações de mídia, ou a maioria deles parecia ser, para fazer visualização. Então você tem os dados visualizados, o que é uma forma de engajar mais o leitor e fazer com que tenha mais confiança na história. Ele pode se identificar com a história. Isso é uma ótima forma de usar os dados.

O pessoal de dados que eu estava seguindo das organizações de mídia alemãs, enquanto eles também faziam visualizações, não via muito interatividade ou gráficos. Os americanos estavam trabalhando grandes projetos muito elaborados, em termos de interface. A mídia alemã, por trás dos elementos simplistas, era muito minuciosa. Você pode ver que eles construíram os dados do zero e meio que investigaram os dados até encontrarem o que desejavam mostrar. Achei que era mais uma ferramenta investigativa na Alemanha do que nos Estados Unidos. Naquele momento, eu estava influenciado pelo fato de ter feito meu mestrado no Reino Unido, que é uma espécie de meio termo, porque o Reino Unido é profundamente influenciado pelos EUA por causa da proximidade linguística.

Mas é profundamente influenciado pela Europa por causa da proximidade geográfica. Eu estive em várias conferências e fui influenciado por pessoas nessas conferências também.

Há mais equilíbrio e acho que as pessoas na redação estão vendo mais valor nos dados. No passado, havia um jornalista fazendo o texto e um responsável pelos dados fazendo o visual. Hoje, você vê um esforço de equipe. Você começa a ver um monte de reportagens que são feitas, em grandes organizações, por dois analistas de dados, especializados, , com dois repórteres, um editor interativo e com um designer.

Por que usar a visualização interativa?

Fazemos muito mais visualização estática do que mapas. Somos uma organização investigativa, passamos meses em um projeto. Não acho que deveríamos fazer projetos pequenos. O que faz sentido é dizer que estamos fazendo um grande projeto estatístico. Coletamos muitos dados e os disponibilizamos para a maioria das pessoas e os espalhamos e relatamos em receitas (reporting recipes) que podem ser usadas pelas pessoas. Mas nem todo mundo está disposto a interagir com os dados dessa maneira. Então, estamos procurando uma maneira visual de tornar os dados abertos e compreensíveis. mais dados. Esta é a orientação e, Megan concordará, queremos que as pessoas possam se encontrar nos dados.

Pode falar sobre a reportagem sobre os sem-teto?

A ideia surgiu depois que esse homem morreu perto da estação de metrô Westminster, a poucos metros do Parlamento. 25 anos. Recebeu muita atenção pelo local onde morreu. Maeve, um pouco antes, estava trabalhando com violência doméstica. Mas ainda há essa pergunta sobre como estavam vivendo os sem-teto. E isso chamou atenção da Maeve. Ela começou a olhar para o número estimado de pessoas que estavam morrendo nas ruas. Descobriu que não havia dados oficiais sobre as morte. Só havia dados de pessoas que procuraram os conselhos municipais. A qualidade dos dados parecia ser muito ruim. Queríamos saber se poderíamos fazer nosso projeto porque não havia dados. E decidimos criar a base de dados do zero. Uma coisa que costumo abordar em conferências é como os dados jornalísticos podem ajudar na ponte entre da transparência e responsabilidade.

E muitas vezes tem um impacto positivo na vida de algumas pessoas. E o

fato é que, se não houver transparência como era o caso (dos sem-teto mortos), então não como cobrar responsabilidade. E também a falta de transparência possibilita trapacear. Não há mudança possível. A questão que precisamos aprender com a ausência de dados é se a falta de dados é negligente ou deliberada. Acho que a falta de dados é uma das questões menos compreendidas sobre a questão do poder. Porque se você coletar as informações, pode ser forçado a publicá-las. Mas se não coletar, sempre que você receber um FOI, você pode simplesmente dizer que a informação não foi coletada. Então, o projeto foi muito importante neste sentido; revelou como a reportagem poderia ser feita de forma diferente. E é extremamente empolgante que você possa se perguntar: podemos fazer este projeto neste país ou naquele país? E a resposta é “não” porque o projeto é sempre baseado em dados abertos que temos acesso aqui. Então, este tipo de projeto se limita aos dados disponíveis no país onde é realizado.

Mas não haviam dados no Reino Unido. Para chegar à conta, partimos do zero, usando alertas do google para saber quando alguém havia morrido, em jornais locais. Também fizemos um levantamento uma pesquisa junto à instituições de caridade e conselhos. Quando alguém nos notificava sobre uma morte, fazíamos investigações adicionais para encontrar uma pessoa no local (da morte) para fornecer informações em detalhes. Se era alguém que estava sempre em frente a uma loja e de repente não estava mais ali. Trabalhamos um ano inteiro neste projeto de sem-teto. Mas coletamos as histórias em seis meses. Contamos com parceira das instituições de caridade mas também de médicos em áreas onde havia maior contingente nas ruas.

A colaboração no slack ajudou?

Sempre trabalhamos com a rede. Começamos a trabalhar com a rede assim que o Bureu foi lançado. O projeto dos sem-teto era um pouco diferente na abordagem da rede porque não tínhamos dados a priori para trabalhar coletivamente. Normalmente temos dados que para trabalhar antes de organizar a receita da reportagem (reporting recipes). “Isso é o que encontramos ao redor do país. Temos números locais. É assim que podemos investigar.” Nesse caso, não tínhamos nada disso porque começamos a contar as mortes. E importante, nunca sabemos o que vamos encontrar (em uma apuração). Mas achamos que era muito importante.

Você pode confiar nos números. Como lidar com esse paradoxo?

Eu luto por mais informações disponíveis. Eu luto por dados abertos. Acredito visivelmente em dados abertos. Sobre os dados, precisamos descobrir como fazer a pergunta para obter números que sejam interessantes. Há uma grande chance de que as pessoas que estão interagindo com os dados não façam a pergunta na qual você está interessado. Você pode tentar fazer uma solicitação de Freedom of Information (FOI) ao DGS (Serviço Digital do Governo) porque eu vi as estatísticas, mas não me lembro o número, mas geralmente é algo que está em um entre cada cinco arquivos publicados pelo governo e não é aberto. Portanto, um entre cinco dos arquivos só é aberto pela pessoa que os publicou. Isso significa que um quinto dos arquivos basicamente não é examinado por nenhum membro do público.

Então, não se encontra o furo. Alguns desses podem trazer informações aprofundadas e tendências. Há tantas coisas para se ver no conjunto de dados e em como eles se conectam ... você pode encontrar materiais muito relevantes.

Qual a importância do FOI?

Quando comecei a trabalhar com a FOI percebi a importância dos dados abertos porque quando você faz um requerimento de FOI você depende da interpretação do servidor sobre a sua pergunta. Especialmente se você está tentando obter informações de 300 conselhos de condados (county council), você está corre o risco de ver 300 leituras diferentes para sua pergunta. Portanto, você precisa ser extremamente preciso. É muito difícil escrever uma pergunta de requerimento de FOI que será interpretada da mesma maneira por 300 funcionários diferentes enquanto que os dados disponíveis são normalmente aquilo que conselhos armazenam. O governo determina que as informações serão incluídas e excluídas, e submetida à orientação do governo. Normalmente, confio mais em dados abertos do que FOI. Sempre sou cético. É uma ferramenta super útil, mas acho que quanto mais dados (abertos) melhor, do ponto de vista do jornalismo investigativo. O FOI é uma questão importante para uma sociedade mais igualitária, mas acho dados abertos superam porque você precisa saber que pode confiar nos números que está coletando.

Você pode falar mais sobre as reporting recipes (receitas das reportagens)?

É importante abrir os dados para que as pessoas com quem trabalham possam ver de onde vieram. Também reconhecemos que há muita pressão junto aos jornalista locais que estão colaborando e outros membros do público. Todos estão ocupados e devemos facilitar suas vidas. Por isso é importante desenvolver as reporting recipes, as receitas, com o contexto da história. De onde surgir a história? Qual é a sua hipótese jornalística? Ao olhar para os dados nacionais, o que descobrimos até agora? Qual é a pergunta que faremos a seguir? E é isso que deixa as pessoas que trabalham conosco entusiasmadas. Porque eles sabem para onde está indo assim que acessam as receitas. Mostramos a eles toda a base de dados para que eles participem... porque, você sabe, poderíamos manter os dados para nós mesmos, fazer mais como um estilo de comunicado à imprensa. Não somos uma operação “relações públicas” Somos uma operação “jornalismo”. Queremos mostrar os dados relacionados a todos eles e queremos encorajar as pessoas ... talvez seja uma forma de encorajar à exploração, mas também é uma forma de dar todas as ferramentas para explorar os dados.

Os reporting recipes (receitas de reportagem) contribuem para reforçara a credibilidade?

Você vê todos reportagens que não fornecem o link. Esse é o número de acordo com as estatísticas. Mas queremos mostrar a tabela que construímos com base nas estatísticas. Como conseguimos esse número. É por isso que deixamos aberto não apenas para os jornalistas com os quais nos conectamos, quero dizer, com quem colaboramos durante a investigação, mas para fornecer acesso. Idealmente, eles também podem se tornar ferramentas ... às vezes temos que nos seguir para onde nosso jornalismo investigativo vai ... E dependendo de onde conseguimos financiamento para a investigação, talvez. A ideia é que, mais tarde, aqueles que queiram usar dados possam entender como usar, possam ver o que fizemos. Com os dados divulgados, eles podem recriá-los. Tecnicamente, sempre há informações em nossa receita para saber como recriar as informações quando novos dados forem publicados. Para mim, não é apenas saber que os dados foram usados por membros do Parlamento. Pra mim, (importante) é estar causando

impacto. O jornalismo sempre teve interesse em atingir grandes públicos. Basicamente, posso tornar o mundo melhor apenas por alcançar mais pessoas.

Acho que o jornalismo pode abraçar mais o impacto e tentar trazer mudanças positivas. Não estou falando sobre campanha. Não estou falando que jornalistas deveriam ter opiniões, principalmente se você trabalha com jornalismo diário. Então, você tem que ter um cuidado especial. Você não pode se dar ao luxo de formular sobre o impacto de uma nova política a longo prazo. (Mas) Se, depois de meses de investigação, se você não alguma ideia sobre como mudanças poderiam acontecer, como trazer impacto para a vida das pessoas, o que vocês estava fazendo?

Tipo, se você passa muito tempo fazendo algo, você vai ter uma opinião sobre isso. E tudo bem. E acho que os jornalistas deveriam reconhecer que seu trabalho é válido e os dados podem ir para os parlamentares. Quando estamos fazendo uma investigação, enviamos nossas descobertas diretamente. Não forçamos tópicos, não defendemos tópicos tanto quanto defendemos valores que para mim são uma espécie de diferença. Não somos a favor do meio ambiente. Somos pró transparência. Somos pró accountability (prestação de contas) que são papel do jornalismo.

Sobre os sem-teto, ficamos muito felizes em saber que o governo quis entrar em contato conosco para ver nosso banco de dados, para saber como encontramos essas pessoas. Essa era uma meta de transparência. Basicamente mais transparência é um objetivo do jornalismo.

A agenda é guiada por essa ideia de transparência?

Eu nem diria que temos uma agenda agora. Eu diria que temos uma conversa honesta sobre o que queremos que nosso trabalho faça, nosso trabalho alcance. Agenda é buscar um atingir uma meta.. Mas na maioria das vezes, nos meses antes de investigação, não pensamos em impacto. Temos uma ideia da história que estamos tentando construir, uma ideia do que está errado, mas ainda não temos como consertar, porque essa é a parte difícil da investigação. Normalmente temos uma ideia do quê, mas você não tem uma resposta para o porquê. E é o “porque” que precisa de mudança. É uma espécie de pensamento meu, muito pessoal. Não sei se é o Bureau Local. Temos essa conversa entre nós. Eu sou bastante a favor do fato de que, depois de meses, você deseja que seu trabalho sirva ao maior número

de pessoas possível.

Como vocês trabalham as planilha do Freedom of Information?

Normalmente pedimos que enviem o FOI em uma planilha para nós ... Sempre que fazemos um requerimento de FOI, geralmente trabalharei com Maeve e Gareth para garantir que a pergunta seja escrita de uma forma que nos ajude a colocá-la em uma planilha. Vamos enviar essas perguntas aos conselhos locais. Eles relatam os mesmos números ao governo central, mas o governo central produz apenas dados nacionais. Analisando os dados nacionais e observando a forma como são compilados, você já pode ter uma ideia sobre como os conselhos locais estão armazenand informações. E, se estamos trabalhando em uma investigação, podemos escolher cinco, seis conselhos que sabemos que respondem bem rápido. Enviamos as solicitações e vemos como os resultados voltam. E isso vai nos dar uma boa ideia se precisamos mudar algo a forma como formulamos as perguntas do requerimento do FOI.

Então, se você quiser usar o FOI para construir um banco de dados, você tem que pensar colaborativamente sobre isso, ver os dados que foram publicados naquele tópico, qual é o enquadramento ano a ano, porque você não quer estar em uma situação em que depois, que as autoridades locais te fornecem dados antecipados, após a publicação do balanço financeiro, você ter dados que não são comparáveis.

O que significa que, idealmente, você deve obter dados trimestralmente. você pode criar anos ou exercícios financeiro como desejar. Mas você tem em cada caso. Quando tiver um FOI que você precisa enviar para 300 autoridades, envie para cinco ou seis para ver se os resultados voltam da maneira que você espera, se você vir que algumas perguntas podem ser reformuladas para trazer mais esclarecimentos, mude seu FOI. Para que ter que voltar a cem autoridades pedindo desculpas, acho que poderia ser mais preciso nas perguntas que enviei. questionando. Ter rigor e um bom tipo conhecimento. Gareth é tão bom nisso. Ele recebia respostas de FOI, coloca num google drive, nomeia. Então, em qualquer ponto da investigação, se eu precisar voltar a qualquer ponto da investigação, não está no e-mail dele, está no Google Drive. Eu posso ver os dados claramente. Então, primeiro passo é: “o que o conselho nos informou?”. Para que o formato dos dados não mude, , a gente mantém tudo. E então terei uma segunda aba com os dados

limpos, talvez mudando o nome das categorias que queremos, digamos que um município está gastando com lazer...Então faríamos isso com a aba limpa, mas nunca com a matéria-prima; Sempre há um lugar onde mantemos cada resposta individual. O lugar onde os colocamos todos os dados juntos, e o mantemos exatamente como eles nos dão. O processo completo que você pode seguir a partir da resposta, juntando tudo, limpando e resumindo também está em uma guia diferente. É muito importante quando fazemos a verificação de dados e checagem de fatos, porque o Bureu é extremamente rigoroso.

Qual a importância da checagem?

A credibilidade depende disso. Novamente, o tipo de trabalho é ditado pelo fato de trabalharmos com a equipe por meses. Como o tipo de visualização que decidimos fazer, como eu disse. Além disso, não podemos cometer erros nas histórias porque fazemos uma verificação completa. Então, Gareth compõe uma guia (no Excel) e obtém os dados. Verifico todos os dados que ele colocou na primeira guia se estão de acordo com (a informação) que o conselho nos deu. E então temos a guia com o resumo final e as pessoas poderão verificar essa guia que provavelmente coloquei no Github. Podemos escolher (uma guia) e ver se o resultado é exatamente igual aos dados brutos, portanto, fazemos o fact-checking talvez nos códigos, manualmente, para ter certeza de que no código os resultados estão corretos. Em seguida, a pessoa que verificar a cópia final se certificará de que os números na cópia são os mesmos que no resumo. Provavelmente, são três níveis de verificação.

Pode comentar sobre slack?

É muito experimental. É muito para as pessoas poderem nos alcançar, para ser honesto, colaborativas. E às vezes as pessoas são muito ativas no slack, querem compartilhar coisas com a gente, por isso se engajam. Às vezes, o slack fica bem devagar e tudo bem também. As pessoas com quem trabalhamos têm suas próprias redações, seus próprios empregos, ou são acadêmicos, estudantes ou aqueles que já se aposentaram. E nos concentramos nas pessoas da rede que mais se engajaram conosco, porque se as pessoas se engajarem, nós contamos com aquela participação. E então, por meio de iniciativas diferentes, tentamos atrair todo o pessoal da rede. Talvez devêssemos encontrar outras maneiras de alcançá-los. Especialmente

quando você faz atividades como o Story Circle (círculo de estórias) em Edimburgo. Rachel (Almada) provavelmente pode falar melhor sobre isso. Sempre que temos uma investigação iniciando, enviamos uma newsletter informando que estamos começando a trabalhar nisso. Se você estiver interessado, entre em contato conosco. E aqueles que se prontificam, nós chamamos para trabalhar conosco. Precisamos saber como usar da melhor forma. Usamos de maneira experimental.

Tivemos um encontro (hack day) na Center for Investigative Journalism Summer School (curso de Verão em centro de jornalismo investigativo em Londres). Foi um workshop. Foi muito bom. Propomos as pessoas que se juntem à investigação. Vamos pedir para que colaborem porque, digamos, não temos ninguém para cobrir Somerset. Mas Somerset tem dados realmente interessantes para essa investigação específica, então queremos encontrar um jornalista local que cubra Somerset. Então, quem quiser se engajar, nós vamos acolher. E também contar com outras pessoas. Tentamos criar uma espécie de redação digital (um dos canais do slack é o newsroom) para que essas pessoas sintam que estão trabalhando numa investigação conosco, estão trabalhando com um muitas outras pessoas. É uma forma importante de tentarmos nos diferenciar. Nós não estamos dando a você uma informação, estamos trazendo você para a equipe para investigar. Se você encontrar algo, você pode enviar suas investigações privadas pelos canais (do slack). O trabalho mais colaborativo que fizemos foi com Gareth sobre a venda de imóveis públicos. Gareth obteve muito mais informações (via slack) do que

A forma mais colaborativa que usamos foi a que Gareth fez sobre o direito público de venda. Gareth conseguiu muito mais informações durante duas semanas do que a partir dos dados liberados através do FOI.

Queríamos muito fazer um experimento. Então perguntamos: “quem quer experimentar com a gente?”. Tipo fazer uma complementação do apuração de Gareth sobre investimentos privados e vendas de propriedades realizadas pelos conselhos locais. A pergunta que estávamos encaminhando a alguns desses conselhos. Gareth liderou, queríamos informações sobre os contratos de venda dos imóveis. Obviamente, algumas pessoas dizem ahhh, essa lei (FOI) é muito interessante. Mas o que queríamos descobrir “é realmente possível usar o FOI?” Alguns conselhos foram muito abertos na colaboração. Era muito mais gente saindo para fazer a tarefa jornalística tanto quanto os achados que descobrimos.

Você chega nos personagens a partir dos dados?

Cada caso é um caso. Na maioria das vezes, encontramos os personagens por meio do jornalismo tradicional. Aí a gente tenta mostrar essa situação, usando os dados; uma realidade sistêmica que acontece em todo o país. Mas algumas das histórias, como sem-teto, encontramos por meio de raspagem de dados.

Se você, o jornalista de dados ou jornalista, o que conta é apenas a informação, não importa se cabe no papel ou no digital. Então há uma diferença na maneira como você encontra a história humana? Não sei. Parece que a história sempre é humana em primeiro lugar. Quando falo com jovens, jornalistas de dados, eles geralmente são literamente numéricos. Eles são melhores com os números, portanto, eles podem ficar empolgados com os números. Eu fico muito empolgado com os números. Mas eu sempre me lembro, esses números dizem respeito a pessoas reais. Saber mais sobre as pessoas e não apenas sobre os números. Não tentar apenas obter a média, ver se ela aumentou ao longo do tempo. Antes de fazer qualquer modulação, entender que isso significa? O que está excluído disso?

E a reportagem sobre os imóveis com Gareth Davies?

Gareth foi jornalista local no sul de Londres por vários anos. Quando você faz jornalismo local, você cobre os conselhos. Agora, ele está trabalhando para o Bureau Local, então ele está fazendo cobrindo todo Reino Unido. Então, vamos dar uma olhada no orçamento de cada conselho. Portanto, é mais interessante quando você olha para essa escala (nacional). Para a estabilidade financeira de cada conselho. Decidimos nos contactar todos os conselhos para descobrir quais estavam em situação financeira mais precária. Foi daí que começamos. Da mesma forma que fizemos a reportagem sobre os sem-teto. A partir desta pergunta, a razão pela qual as pessoas ficam sem-teto é porque há uma luta para conseguir casas. Estávamos investigando o problema da habitação, que estava conectado, investigávamos a pressão financeira que os conselhos viviam. A questão era: O que eles estavam fazendo para equilibrar o orçamento? A intuição era que deviam estar vendendo propriedades para conseguir dinheiro. Mas Gareth, habilmente, não perguntou se eles estavam vendendo...Mas confirmou sua intuição ao levantar informações sobre balanço financeiro. E havia também conselhos que estavam comprando imóveis na expectativa de lucrar com o aluguel. Essa foi outra história

que surgiu dos dados.

Maeve McChenagham entrevista realizada em 28 de outubro de 2019, via zoom)

O que é jornalismo de dados?

Nosso trabalho como jornalistas é interrogar dados e torná-los relevantes para a vida das pessoas. Portanto, muito do que fazemos no Bureau Local como jornalistas locais é realmente investigar o que os dados significam nesse contexto. Frequentemente, uma história que interessa ao Reino Unido ou internacionalmente pode não ser relevante localmente. Se você vir algo sobre os preços das casas subindo ou outros assuntos no noticiário nacional, pode questionar e e desconfiar dos meios de comunicação. você pode pensar: “Não é assim que eu vejo”. Acho que interrogar (os dados) e traduzir esses dados em nível local é muito importante. E com os números traçados, as peculiaridades às vezes são mais interessantes do que a história mais generalizada.

É mais fácil entender...

...Por falar em confiança, você pode tocar as pessoas para que elas possam se sentir mais interessadas. Tornar os dados abertos e acessíveis, tentando ajudar a melhorar a *alfabetização dos dados* (de alfabetização da mídia). É assim que as pessoas podem pensar: ok, eu li, mas vamos voltar à fonte. Em vez de ver as pessoas gritando nas entrevistas dos noticiários, você pode tentar ter uma noção melhor dos fatos.

Jornalista de dados ou jornalista?

Quando começamos a equipe, o meu cargo era jornalista de dados. Mas então foi alterado para jornalista como um reconhecimento de que a maioria dos jornalistas lida com alguns dados, mas também o que fazemos é mais do que apenas lidar com dados. O que fazemos vai além disso; falamos com as pessoas. O termo, jornalista de dados, está relacionado a fazer gráficos e planilhas. Estamos analisando as tendências sociais e o impacto dos cortes de orçamentos. Acho que no início, no Bureau Local, tivemos essa discussão. Dados são tudo. Não se trata apenas de números e planilhas. Então, é claro que somos jornalistas de dados, mas

talvez a percepção pública disso não seja a mesma que somos.

É possível ser autodidata?

Todos podem fazer isso. É muito útil chamar um especialista quando você precisa dele. Então, chamo jornalistas de dados para análise estatística, mas ainda reconheço que, sem ser um profissional, ainda quero verificar o trabalho com um especialista para ter certeza de que os dados são precisos ... é mais sobre como ampliar sua mentalidade para o que é possível. Temos muita sorte em ter um colega como Charles, que tem todas as habilidades técnicas que eu não tenho. Então, trabalhamos com o pessoal de dados. Eu não preciso ser capaz de me programar. Eu adoraria ser capaz de fazer isso. Mas se eu posso desenhar e construir reportagem com pessoas que sabem fazer isso, é preciso apenas ter uma certa percepção, ter uma ideia. É muito útil saber com que ferramentas contamos.

Como é a sua abordagem ... você pensa na visualização, na materialidade?

Começamos com uma hipótese. No puro estilo de jornalismo investigativo. Nosso projeto sobre os sem-teto surgiu de uma constatação de que não havia dados. Este foi o conceito do projeto. Rapidamente percebemos que precisávamos visualizar isso de alguma forma; contar histórias que ajudassem as pessoas a reconhecer esse problema. Trazer números que na verdade são pessoas. Portanto, a ideia da visualização foi trabalhada desde o início. E, mais recentemente, fizemos um projeto apenas em cima de dados, mais massivo e imbricado, para encontrar as histórias em torno da crise imobiliária, as barreiras e dificuldade de encontrar imóveis para alugar. Pouco tempo depois de iniciarmos, pensamos: devemos permitir que as pessoas pesquisem os dados? Apresentar a visualização como uma ferramenta?

Como surgiu a ideia do mapeamento?

Basicamente, foi conversando com ONGs que trabalham neste setor. Conhecíamos a situação em Hammersmith mas queríamos apurar além deste bairro; queríamos saber as principais razões que levam a essa situação (de falta de moradia e população de rua). E, repetidamente as pessoas diziam que o sistema é um caos, você não pode bancar aluguel em lugar nenhum. Mesmo com a nova legislação que

foi estabelecida, mais e mais pessoas estavam dizendo que o sistema era ineficaz.

Pesquisei entre junto a 50 propriedades em cinco áreas diferentes apenas para testar e ver o quanto seria difícil conseguir alugar um imóvel. Então foi em parte isso, uma pesquisa investigativa. Fiquei, também, impressionada com uma colega de um jornal com quem costumava trabalhar. Ela fez um ótimo trabalho, onde analisou o serviço dos enfermeiros de Unidades de Tratamento Intensivo em todos os níveis todos. Ela reuniu dados que já existiam. Desde que ela fez este projeto, pensei comigo mesmo, “há tantos dados por aí”. Só precisamos de uma maneira coletar esses dados massivos e encontrar histórias que estão lá esperando por nós. Portanto, é a combinação de ter as ideias e trabalhar com a metodologia adequada.

Trabalhando em uma pequena organização, você poderia imaginar que seria premiada? Você acha que o prêmio está relacionado ao impacto.

O Bureau é um lugar muito interessante para se estar. Eu cresci no Norte (da Inglaterra), em Cheshire, e lembro-me de pensar que as notícias que assistia na TV não diziam respeito à minha realidade. E então vimos mais e mais o resultado do referendo nos jornais londrinos a partir de uma perspectiva de bolha. E quando ouvimos notícias do jornalismo local, torna-se bastante óbvio que não há processo de accountability, de prestação de contas e reponsabilização do poder público. Reconhecemos que há um nicho onde as pessoas querem informações sobre sua realidade. As pessoas se sentem este deficit de informações. Se você pode responsabilizar o poder, você pode fazer isso com uma equipe pequena. Isso tem mais impacto do que uma grande história. Você pode cobrar responsabilidades sobre decisões locais. É um grande desafio, um trabalho que faz diferença. É um grande desafio trabalhar de uma maneira diferente. Uma maneira desafiadora.

Recebemos muitos prêmios pela inovação, por um modelo novo. É muito bom. Mas recentemente recebemos prêmio pelo conteúdo e pelo impacto da reportagem. Portanto, ganhar os prêmios da *Royal Statistical Society* de melhor jornalismo investigativo em *Dying Homeless* foi uma espécie de grande reconhecimento de um projeto de dados. Quando você vê o conselho local dizendo que buscou os dados da nossa reportagem, é verdadeiro (o impacto).

Pode comentar o projeto Cash Caraway?

Foi uma grande experiência para nós. Foi uma forma de trazer todas a apuração que fizemos para o público numa fala que é sobre tudo o que a audiência passou. Uma das mulheres que está entre os vários relatos que contamos (sobre violência doméstica) contou sua história à sua maneira, uma versão ficcional de sua experiência. Em cada apresentação, tínhamos um painel que reunia jornalistas locais que cobriram violência doméstica e histórias de mulheres que buscaram refúgios e a própria Cash falando sobre sua experiência, contando como ela transformou sua história em arte. Tivemos uma espécie de abertura. Foi realmente comovente ver o envolvimento de uma forma emocional e profunda, mas também tínhamos conselheiros lá para olhar para os diferentes problemas. E também pessoas que vivenciam o problema por si mesmas e se sentem com poder para contar sua história depois. Aprendi mais nessas horas extraordinárias do que durante o relatório. Pessoas que me contaram histórias ao telefone tiveram a oportunidade de se envolver na experiência.

Costumávamos adicionar o elemento de comunidade no final da história, quando tínhamos a história e queríamos divulgá-la. Estávamos pensando em como podemos ouvir as pessoas nos estágios iniciais antes de sabermos qual é a história. O financiamento que tenho para fazer este projeto, a Common Ground Foundation, que pertence à Universidade de Oregon e também acabei de ouvir sobre o modelo perfeito para entrar nas comunidades e ouvir o que é localmente importante. Estamos bastante abertos. Não sabemos o que resultará disso. É projetado para ser um projeto de jornalismo ao vivo. Se nada mais surgisse na data as pessoas deveriam contar as histórias e para, como jornalista, lá tentarei averiguar as coisas. Ok, estou aqui para as pessoas e talvez haja algo que devamos analisar.

Foi uma inspiração para o círculo da história

Foi uma grande experiência para nós. Foi uma forma de trazer todas as pesquisas que fizemos e de trazer para o público que fala sobre tudo o que passou. Uma das mulheres que estiveram entre as várias histórias que estávamos relatando contou sua história à sua maneira, uma versão ficcional de sua experiência. Em cada apresentação, tínhamos um painel que envolveria jornalistas locais que faziam a reportagem, as mulheres locais que sofreram violência doméstica e tentaram o refúgio e a própria Cash falando sobre sua experiência contando como ela o

transformou em arte. E então tivemos uma espécie de abertura... 16: 26. Foi realmente comovente ver o envolvimento de uma forma emocional e profunda, mas também tínhamos conselheiros lá para olhar para os diferentes problemas. E também pessoas que vivenciam o problema por si mesmas e se sentem com poder para contar sua história depois. Aprendi mais nessas horas extraordinárias do que durante o relatório. Pessoas que me contaram histórias ao telefone tiveram a oportunidade de se envolver na experiência.

Qual o potencial do big data? É um modelo diferente de jornalismo?

Definitivamente, há dados publicados de desenvolvimento, especialmente os dados oficiais aos quais podemos ter acesso e temos muita sorte no Reino Unido que muitos são publicados até. Ainda não é fácil de usar. Ainda assim, você acha muito difícil entrar lá, em um formato útil. Muitos problemas que muitas vezes nosso projeto otimiza. Acho que a concepção colaborativa de dados é bastante nova, e o ICIJ e os Panama Papers trouxeram a ideia de que há um big data do qual uma pessoa não conseguiria extrair todas as histórias. Existem diferentes pontos de vista sobre o que pode ser desenvolvido. Portanto, isso é muito do modelo que temos. Tendo isso em uma escala... multiplique, podemos trabalhar de forma colaborativa ao mesmo tempo e ajudar uns aos outros. Tendo vindo de uma forma mais tradicional, demorei um pouco para ... é realmente para ver as pessoas trabalhando juntas e tendo muito mais impacto por ter mais pessoas divulgando a história.

Desvantagem e/ou vantagens do trabalho colaborativo?

Muito mais trabalho em termos de gestão. Você tem que ter certeza de que seu relatório de receita será entendido, há uma tensão que as pessoas podem interpretar mal. Portanto, há um elemento de confiança aí. Claro, um elemento adicional de recursos de tempo. Então você tem que cruzar os dedos para que possamos encontrar a saída e desenvolvê-la. Talvez não funcione para todas as histórias. Podemos ser sensíveis, para pedir a todos que se aprofundem. Havia coisas sobre as descobertas do Refúgio que precisávamos muito cuidado. Se você publicar os detalhes das pessoas, pode causar consequências terríveis. Você tem que ser bastante responsável e atencioso com isso. Mas a maioria das vantagens está longe das desvantagens.

Como avalia a plataforma Slack?

Para ser totalmente honesta, a intenção era ser totalmente crowdsourced. Claro que as pessoas estão ocupadas. Nem todos estavam a bordo desde o início. Então, essencialmente, deu-se muito trabalho falando com as pessoas e descobrindo. Os jornalistas que cavaram em suas áreas são uma equipe realmente notável. Então, foi uma escavação subterrânea. Meu cenário ideal era ter uma rede de pessoas para gerar informação e acabou não sendo o caso. Mas foi uma espécie de aprendizado. Mesmo se tivéssemos essa rede, a razão de sabermos que a rede estava muito ocupada. Tempo e recurso.... Temos que cruzar nosso para administrar nossas expectativas. Não, todo mundo está atrasado e nem todo mundo abre todos os dias e verifica. Havia muitos e-mails. Temos uma lista de networking. Quando iniciamos uma investigação, tínhamos lista de pessoas que aceitaram fazer parte do projeto. Também criei um formulário google aberto a todos. Importante. E conseguimos fontes e fontes por meio do slack. E então havia um trabalho de checagem de fatos. Foi um trabalho adicional.

Foi apenas um elemento da comunicação média que tínhamos de fato .. E é difícil encontrar um onde todos se sentem confortáveis. As pessoas trabalham de maneiras diferentes. Algumas pessoas precisam de um e-mail . Então, algumas pessoas precisam de um telefonema ..., temos ótimos clientes regulares. Nós guardamos histórias no nosso slack. Também temos bate-papos direcionados a tópicos e é muito bom ver as pessoas envolvidas nisso. Mas também são as mesmas pessoas, então estamos recebendo ... algumas pessoas.

Pode contar sobre o projeto da morte dos sem-teto?

Um ano. Começamos a trabalhar nisso desligando com a hipótese e a metodologia por volta de janeiro / fevereiro e lançamos em março publicamente e terminamos em março seguinte. Foi um projeto longo. Tinha pelo menos um ano trabalhando os dados. Foi algo que pensamos muito sobre como terminar. Mesmo pessoas que confiam em nós, também temos consciência das histórias e do lado humano delas. Ele não queria apenas abandoná-lo. Não queríamos dizer às pessoas que estávamos apenas contando a eles sobre essas mortes. Não estávamos mais interessados neles. Foi importante para nós que trabalhássemos muito em parceria com uma organização chamada Museu dos Sem-Teto. Era muito importante saber que estava sendo entregue.

Você humanizaram os dados?

No final das contas, o mais importante é o impacto que tem na vida das pessoas e na realidade. Você sabe que existem todos os tipos de histórias nebulosas e de dados que você pode fazer. A importância do relato local é trazer a verdade sobre o que está acontecendo. Todos nós sabemos que isso está acontecendo, todos nós sabemos que a crise imobiliária, a realidade e suas consequências.

E dar visibilidade?

Quando começamos esse projeto, não era tanto um problema nas notícias. Existem histórias sobre o Natal, mas não houve um gráfico real, sobre deu errado para explicar essa crise em uma das economias mais ricas do mundo. É tão importante que fosse uma área para focar em políticas. Mas havia todo tipo de fatos visíveis que estavam por trás disso.

Qual a importância de checar e recheckar os dados?

Mesmo os dados do governo que você poderia esperar, encontramos em nosso projeto recente, por exemplo, percebemos muito cedo que o método de contagem mudou significativamente naquele momento. Tivemos que verificar a informação, espalhar informação... pode ser a forma como interpretamos as perguntas de forma diferente... Vai dar muito trabalho percorrer, tentar o que é adequado, o que temos de voltar para empurrar novamente, a limpeza dos dados, acesse os dados. é muito importante. E de certa forma, o nível de responsabilidade do Bureau Local.

Pode falar sobre as reporting recipes?

Uma é a maneira como verificamos nosso trabalho e estimulamos a transparência. Provavelmente, o mais importante é que, se você quiser cavar e escrever a história sozinho naquele dia ou naquela semana, seja o que for, você pode aceitar. A terceira é que se você quiser recriá-lo mais tarde ou a qualquer momento, você quase copia e cola...

Por que vocês fazem o reporting recipes?

É um desafio quando você está tão envolvido em uma investigação. É estrutura que surge logo no início. Parece sempre fazer muito sentido. Não sei de

onde veio a ideia original...

E o projeto sobre mortes de sem-teto? Está encerrado?

Estávamos cientes de que nosso networking é feito de jornalistas locais experientes. Existem esses jornalistas que são treinados e podem estar trabalhando em organizações, estudantes de jornalismo que estão aprendendo e outras pessoas que podem estar interessadas. Queremos ter certeza de que estamos fazendo um trabalho sensível. Estávamos cientes desde o início sobre esse problema. Para ser muito honesto, no início, quando eu estava ligando para as organizações, eles estavam muito cautelosos, isso poderia ser uma sensacionalização. Não vai ser bom para a organização.

Os dados podem mentir? Qual é o paradoxo de obter de FOI instituições que estão construindo informações que podem ser tendenciosas ... Como você pode confiar nessas informações?

Pode haver uma maneira de as pessoas manipularem. Mas também o que é ótimo nessa estrutura é que o contexto é superimportante. As pessoas são capazes de trazer o contexto local . Você pode entender anomalias.

A agenda vem surge de hipóteses?

Algumas histórias são relacionadas ao grande interesse do público. Ou algo que está acontecendo sistematicamente em todo o Reino Unido que é complicado. Portanto, os benefícios de moradia são algo que está acontecendo amplamente na Escócia, no norte do País de Gales, em Cornwell. E cada vez mais estamos perguntando à comunidade o que eles querem que seja transmitido. Em nossas últimas histórias, colocamos nossa pesquisa e dissemos que vamos olhar para a habitação em geral, mas de um ângulo diferente. O que você está vendo na sua área e o que devemos estar olhando. E tivemos uma forte resposta em relação a preços acessíveis, condições e acesso.

As mortes de jovens por facadas no Reino Unido serão um próximo projeto?

Há muitas questões importantes. O enterro local tem dois repórteres. Não há uma grande quantidade de recursos. Estou examinando questões de habitação.

Gareth está examinando as finanças do conselho. Acho que pode ser prevalente em outros centros como Londres. Mas ele pode descobrir por meio de nossa rede que não está em uma pequena vila em Cumbria. Mas é minha suposição. Mas tentar encontrar algo em que todos possam trabalhar em todas as questões, questões que possam ser equilibradas de forma sábia, muitas vezes seria super relevante. Então nós temos esse equilíbrio para conseguir. É um desafio.

Qual a importância do Bureau Local e do Bureau?

É de grande importância ter uma organização que trabalha com jornalismo investigativo e interesse público. Cobre os problemas e têm impacto. Trabalhar desta forma com os nossos recursos é realmente um luxo numa indústria que mais se interessa por cliques. Temos muita sorte.

Entrevista Alexandra Heal (entrevista realizada no dia 25 de outubro de 2019, em Londres)

O vínculo entre a City University, onde você estudou, e o Bureau contribuiu para você se tornar repórter na organização?

Eu não teria conseguido o emprego aqui se não tivesse estudado (na City University), mas não há nenhuma ligação entre o Bureau e a universidade. Megan deu uma palestra na universidade (City University). Entrei no slack obviamente com a ideia de me envolver com algumas das histórias. Eu não acho que realmente fiz no final porque eu estava muito ocupado com meu curso de mestrado.

Por que você resolveu jornalista investigativa?

Porque sempre me interessei por jornalismo. Fiquei fascinado pela atualidade e pela forma como o mundo funciona. Fiz vários estágios e trabalhos freelance em notícias de última hora que realmente não achei muito satisfatória. Não gostei do fato de você estar repetindo o que outras pessoas estão dizendo. Obviamente, é um trabalho importante. Precisamos saber quais são as notícias de última hora. Não estou dizendo que não seja o caso. Mas eu pessoalmente quero fazer jornalismo onde eu sinta que meu trabalho é original. E seria fazer isso. Eu também vi o impacto de algumas investigações importantes e achei muito bom com o jornalismo investigativo você ver as mudanças reais que surgem sobre o resultado

de suas reportagens.

Principal diferença em ser jornalista de hard news e jornalista investigativo no seu dia a dia?

Principalmente nas notícias de última hora, os jornalistas correm história após história. Você tem que mudar as coisas muito rapidamente. Portanto, seja você um jornalista impresso ou um jornalista online em um jornal de notícias diárias, você precisa escrever três ou quatro histórias todos os dias. Ou se for uma TV, porque eu trabalhei um pouco lá, você faz um pacote de notícias às 13h, logo pega o material para fazer para as 18h. E assim que você terminar isso, chega o dia seguinte e você está fazendo uma nova história. É constante. Transmitível de histórias. Não estou dizendo que há muito jornalismo original envolvido nisso, análises e percepções que eles têm. Tenho certeza que eles falam muito sobre novas linhas. Portanto, há impacto e há jornalismo original. Mas aqui, na investigação, você pode olhar para uma pista ou algumas pistas diferentes ao longo de vários meses. É muito parecido com um arco de história na sua rotina que começa com uma pesquisa, é bem lento. Você está procurando em algo e então a história começa a ficar pronta para publicação e ela pega do que você ... está realmente ocupado e você fica até mais tarde, trabalhando mais horas, e então o artigo é publicado e você tem um pouco de tempo livre depois antes começando novamente

Você já tem ideias para visualizações quando você inicia uma investigação

Nem tanto... Tenho olhado para os dados pensando mais sobre como contar uma história e as linhas principais mais importantes. Não pense em como isso pode ser exibido ... Tenho certeza que chegará um momento, mas outras pessoas na redação podem fazer isso ... Havia um estagiário que era bastante técnico. Para a primeira história da JBS ... Ela fez visualização na quantidade de galinhas e animais que eram abatidos a cada dia pela JBS. Eu, Andrew e Myriam decidimos juntos em uma reunião.

Existe diferença entre jornalista de dados e jornalista?

Eu pessoalmente não me considero um jornalista de dados porque não é uma coisa que eu faço. Mas sou um jornalista que trabalha com dados ... Porque

acho muito difícil fazer qualquer jornalismo investigativo que não faça algum tipo de trabalho com dados. Também estou ciente de que há muita conversa sobre ter habilidades de dados no jornalismo no momento. E o fato de que eu nunca quis acabar em uma redação diária, estou garantindo que estou aprendendo as habilidades para ter confiança com os dados por meio do meu trabalho aqui. Comecei com dados como bolsista de jornalismo de dados do google, que é financiado pelo google. Você trabalha por dois meses. Eu não estava confiante quando comecei, mas depois desse período fiquei muito confiante com planilhas, todas as funções que você precisa para limpar e analisar os dados que você está pensando para uma linha ... Ou dados diferentes que você pode combinar. Desde então, tenho trabalhado bastante em planilhas, ingressando na equipe da fazenda. Agora estou aprendendo codificação. Python que é a linguagem que a maioria dos dados que as pessoas usam para analisar dados e também para retirar dados da web, o que é uma habilidade muito importante para jornalistas investigativos. Sempre há dados on-line, mas não em um formato utilizável. Então, vamos corrigir alguns códigos e pegar.

Então, eu estou essencialmente aprendendo sozinha, mas conto o Charles, quando eu empaco, ele vai me ajudar e vai me dar outra tarefa para fazer. E eu vou e faço Então, não faz parte do meu dia trabalho, é apenas uma coisa que estou fazendo ao lado.

É possível aprender sozinho?

Eu acho que sim (possível aprender sozinho). Mas eu tenho que dizer que tem sido útil quando eu empaco que Charles possa me salvar. E eu comecei a ler “Scraping for journalists” de Paul Bradshaw. Eu disse a Charles algo que não consegui e ele disse "não se preocupe mais com o livro ... apenas tente e saia fazendo você mesmo. Usando o livro, provavelmente você aprenderá sozinho. O Mestrado deve estar mais atento ao ensino de jornalista de dados. Tínhamos um módulo chamado “jornalismo de dados” como parte do nosso MA. Eu não achei isso útil. Ele fez alguns fundamentos muito básicos em planilhas. Aprendi depois disso, um ano depois de fazermos o curso de Jornalismo Investigativo, que tínhamos que fazer mais no segundo módulo também com dados o que não podíamos fazer porque não tínhamos opções suficientes. Mas então fizemos um

avanço onde comecei a aprender codificação. Eles ensinam o início de três linguagens de codificação diferentes, em vez de ensinar uma. Acho que eles poderiam se concentrar muito mais.

Como você vê a importância do Bureau?

Sou incrivelmente apaixonada pelo Bureau. O fato de ser uma organização sem fins lucrativos, voltada exclusivamente para o jornalismo investigativo e diferente de qualquer outra organização do país. Obviamente, existem outras organizações sem fins lucrativos. O mais óbvio, a BBC. Mas tantas organizações grandes não sobram recursos para as investigações. Acredito que o Bureau seja a única organização no Reino Unido sólida dedicada a investigações. E para isso é muito importante. O fato de ser sem fins lucrativos significa que estamos apenas interessados em histórias de interesse público. Não estamos rastreando histórias para lucro ou sensacionalismo. Então, eu acho isso incrível.

Os dados podem ajudar a superar a desconfiança na mídia?

Sim, mas apenas se for usado da maneira certa. Acho que em muitos dos principais relatórios, os dados são escassos. Não necessariamente intencionalmente ... Às vezes, por reporters. Quem não entende os dados ou por exemplo, reportar sobre a disparidade salarial entre homens e mulheres, às vezes as diferentes médias que você usa para reportar a disparidade salarial podem diminuir a diferença. Portanto, a diferença salarial média é apenas a média de todos os salários da empresa, o que pode ser o fato de que pode haver muitas mulheres ou uma mulher no topo que ganha muito dinheiro pode estragar a média, enquanto a diferença salarial média mostrará a média no meio se você alinhar todas as mulheres e todos os seus salários, o que é mais preciso considerando que muitas vezes há mais mulheres nos níveis mais baixos, mas não tanto quanto no topo.

Você pode evitar as armadilhas dos números?

Acho que é treinando jornalistas para entender melhor os dados e acho que sou um dos jornalistas culpados que fez humanidades na Universidade. Acho que fazendo matemática no nível A, eu realmente gostei de matemática ... Não estou dizendo que sou bom nisso, mas gosto de problemas matemáticos. E é por isso que estou gostando de aprender codificação. E acho que ter jornalistas que pelo menos

se interessam por matemática... Estávamos falando de reportagens como “houve um aumento de 200%, ninguém entende direito o que isso significa. As pessoas entendem que aumenta em duas vezes quando aumenta em três vezes porque você tem o original 100% e adiciona a porcentagem de 200% no topo. Para que as pessoas entendam que é apenas relatando, porque você não está tornando mais fácil para as pessoas entenderem ...É importante tornar a compreensão fácil para as pessoas.

O jornalismo depende de informações oficiais. É um paradoxo confiar em dados oficiais que poderiam ser manipulados?

Você obtém os dados oficiais e a próxima coisa importante é ligar para todos os especialistas em quem pensar para ver se faz sentido para eles. Para ver se eles acham que parece certo ou que parece um pouco estranho ou estranho. Acho que é a melhor coisa que você pode fazer tentando verificar o que descobriu. E tente encontrar estudos de caso para exemplificar esses dados. Então, quando você tiver os números ... com quem isso aconteceu? Como é para eles? Fatos que o causaram. Como fazer melhor e não acontecer com outras pessoas.

Qual a importância da verificação de fatos?

Esta é minha rotina. Eu recebo os dados. Eu analiso os dados. Em seguida, resumo todas as linhas mestras, que são a maioria dos pontos-chave que descobri a partir desses dados. Depois, ligo para alguns especialistas e vejo o que eles acham, se os dados fazem sentido para eles. E passam a encontrar *estudos de caso* que exemplificam e humanizam os dados

Qual o tempo médio de uma apuração?

Depende se é a primeira história de uma série ou se é uma história de acompanhamento. A primeira história leva alguns meses. Obviamente, não trabalhando em tempo integral nisso. Você pode estar trabalhando em outras coisas paralelas também. E depois de publicar a primeira, geralmente você recebe duas postagens que o levam a acompanhar histórias que são mais rápidas de fazer. Isso pode levar três semanas, normalmente. Eu diria que o acompanhamento leva duas semanas às vezes.

Mas eu tive uma história que durou mais de um ano. A história sobre

violência doméstica por policiais. (Houve um acompanhamento). O que foi publicado em maio me levou mais de um ano. Eu tinha todas as informações, todos os dados e todo o estudo de caso em cerca de três meses, quando comecei a analisá-los. Mas depois foi demora após demora porque era uma história de interesse humano, muitas mulheres se envolveram em processos judiciais e precisamos que terminem. Todo tipo de complicações. Envolvemos a BBC

Você consegue achar histórias do twitter?

No twitter, você tem pessoas que te seguem e pessoas que você segue. Você não terá muito contato fora deste círculo. Se fosse fazer outra história sobre violência doméstica agora, eu poderia usar porque agora várias pessoas da violência doméstica, serviços e ativistas estão me seguindo depois da primeira história. Talvez eles vissem e pensassem: “ah, na verdade eu conheço alguém que passou por isso. Mas para essa história apurei, por ligações, cerca de 115 acusações de violência doméstica em todo o país.

Como você define a agenda?

Antes de eu começar, Andrew trabalhou por alguns anos, para o Bureau, sobre agricultura corporativa no Reino Unido. E o impacto nas pessoas e no meio ambiente e na casa humana e da agricultura intensiva. Então, o próximo passo foi olhar para esse problema como mundial, não como problema, desculpe, vou ... isso, como entidade global, como um suprimento corporativo de proteína e a carne como uma commodity. Porque existem algumas ou algumas empresas que controlam o suprimento de proteínas do mundo e a maioria das pessoas não tem ideia do que eles chamam.

A JBS é um excelente exemplo. Eles fornecem grande parte do frango do Reino Unido e da Europa, por exemplo. Mas as pessoas nunca ouviram falar deles. Provavelmente, 1% das pessoas que eu imagino no Reino Unido já ouviram falar deles. Se for assim, para ser honesto. Porque a carne no supermercado... ninguém pensa “ah, de onde veio isso?”. A maior parte da carne vem de uma fazenda contratada, de um agricultor contratado pela Moy Park, com sede no norte da Irlanda). Ninguém sabe disso. É mais apenas tentar dizer ao consumidor, lançar uma luz sobre as empresas que estão controlando o fornecimento mundial de carne. E os impactos que suas empresas estão tendo no meio ambiente e sobre as pessoas

que trabalham para elas. E humano saudável. Antibióticos usados que não deveriam ser aceitos. A ideia sobre o JBS é porque eles são os maiores fornecedores de carne do mundo. Portanto, vamos começar a olhar seriamente para essas grandes empresas. Na verdade, decidimos olhar para o GBS antes de conhecermos Andre Campos, do Reporter Brasil

A história saiu antes. Mas fizemos uma grande busca no trânsito em agosto, quando todos os incêndios foram relatados. Foi definitivamente um bom momento. Foi uma coincidência porque essa história deveria ter sido publicada antes. Demorou e funcionou muito bem. Não pela Amazônia ... Risos ... mas senti que espero contribuir para a compreensão do problema.

Quais as vantagens e desvantagens da colaboração?

Somos parceiros da Guardian Food and Farm Strand. Todas as nossas histórias que fazemos, fazemos com The Guardian porque é uma parceria oficial. É a primeira vez que trabalhamos com a Dom Philips porque estávamos olhando para o desmatamento no Brasil. O Guardian já tinha um repórter lá, Dom Philips. Então, eles o contrataram para o jornalismo subterrâneo. Então a parceria foi feita. Andrew conhecia Andre Campos. Enviamos perguntas para Andre Campos. A equipe foi organizada por Andrew Wasley.

E sobre as vantagens?

Você pode fazer histórias melhores. Por ser uma pequena agência sem fins lucrativos em Londres, não temos os recursos para ir necessariamente e fazer o relatório de aterramento. Então, tendo a colaboração com o Guardian, uma grande organização de mídia estabelecida, eles têm os recursos que permitem que Dom vá e faça essas coisas. E foi muito bom ter o Reporter Brasil que obviamente é especialista nesse assunto no Brasil, porque eles são brasileiros e já relataram esse assunto muito tempo antes. Eles têm dados que podemos acessar. Não poderíamos ter feito essa história sem a colaboração, essencialmente.

Em termos de vantagens, você pode fazer histórias muito melhores do que competir. Rodar as histórias com pequenas dicas de informação é muito melhor para puxar seus recursos porque, no final, o público em geral não liga se essa história foi feita pelo The Guardian ou Reporter Brasil. O público em geral só se

preocupa com a história que vê e quanto melhor as informações que passam, mais provável é que se preocupem com o assunto e façam a reviravolta.

Várias equipes surgem no jornalismo colaborativo da grande mídia. The Panama Papers ou Cambridge Annalytica, história. Era o The Guardian trabalhando com o Channel 4. Ou a BBC com Thje Guardian e o ICIJ. Você pode fazer histórias melhores e ter mais impacto global, especialmente os Panama Papers porque eles têm jornalistas de todo o mundo publicando

O que você aprendeu com essa experiência?

...que pode ser uma dor de cabeça. Porque sua história se baseia em muitas partes escritas diferentes. Então, estamos trabalhando com essa organização de pesquisa para uma das histórias e contando com o uso de seus dados. No dia em que iam montá-lo, tínhamos uma desculpa. Eles mandam uma mensagem dizendo que seria em maio, eles em junho, eles em julho. E tivemos que adiar a publicação do que, no final, acabou dando o melhor. Também pode ser difícil quando se trata de escrever a peça. E acho que podemos aprender muitas lições. Na primeira história, tivemos um Google Drive. Tínhamos um documento compartilhado. Todo mundo estava totalmente envolvido nisso e havia partes aqui, partes ali. Não sabíamos a quem precisávamos ir para verificar as informações na história e que eu e Andrew editando um pouco e outros editando outro. Agora temos um editor prático cuja função é se encarregar de toda a edição. Portanto, agora temos a capacidade de ter o curador e o tipo de processo.

Percebi pequenas diferenças entre as edições?

Tem um artigo mais recente... Artigo do Bureau publicado em julho. Tem um link na nova versão. Os dados de julho não estavam prontos. Normalmente, se pudermos, podemos abrir os dados.

Há diferença na visualização

Trabalhamos em site onde temos total controle e uma pequena equipe. Então, quando a gente está planejando uma história, a produção e a equipe vai estar

na reunião e os repórteres vão falar que você pode fazer isso, você pode fazer aquilo. Temos um pouco mais de uma tela em branco. Essencialmente, a editora da vertente agrícola do The Guardian, ela pode não ter a mesma liberdade para fazer isso. Não sei. Isso é palpite. Ela está muito ocupada, ela tem muita história para contar. Histórias diárias, assim como ... ela pode não ser capaz de passar muito tempo planejando sem pessoas visuais. E também haverá uma equipe separada no The Guardian que estará encarregada de como conduzir as histórias. Esse é o meu palpite. Eu não vou falar em nome deles.

O Bureau mostra bastante preocupação com os dados ...

Às vezes, gostaríamos que as emissoras ou quem quer que fossem, gostaríamos que fizessem mais do que fazem, mas entendemos as restrições. É por isso que sempre colocamos a versão completa em nosso site. Desde que nos coloquem uma referência e, esperançosamente, às vezes um link também, as pessoas realmente interessadas podem visitar nosso site.

Por que focalizar os irmãos Batista?

Quando você lê as notícias do dia a dia, sabe que algumas pessoas no Brasil estão corrompidas. Mas quando você junta tudo e percebe que eles são da mesma empresa, é inacreditável.

O que mais te impactou como pessoa?

A história que teve mais impacto em mim foi a história de violência doméstica. Eu estava trabalhando com algumas mulheres que eram muito vulneráveis por causa do abuso que haviam sofrido. Nunca trabalhei com nada assim antes.

Foi difícil lidar com isso. Me afeta muito pensando no fato de que essas mulheres estão sofrendo muito e não há nada que eu pudesse fazer a respeito. Não sabendo como lidar, meu editor foi muito bom me apoiando nisso. Às vezes, eu ficava acordado às 10 da noite conversando com uma das duas mulheres que estavam passando por experiências difíceis.

Em termos de meio ambiente e coisas agrícolas, eu sou muito apaixonado por meio ambiente ... É por isso que eu estava interessado em trabalhar com o Bureau. Fiquei muito triste com isso, mas isso não me mantém acordado à noite.

Porque me preocupo muito com isso, sinto que estou ajudando de uma maneira pequena, muito pequena. Mas eu entendo isso o máximo que posso fazer pessoalmente. Eu não posso ir para o Brasil e impedir que as fores sejam derrubadas.

As histórias humanas têm um impacto mais negativo sobre mim ...

O TBIJ persegue o impacto?

É parte da missão do Bureau tentar garantir que as histórias induzam à mudanças. Não é sermos nós mesmos ativistas. Nosso trabalho é apenas relatar os fatos. E tentamos garantir que as histórias sejam vistas pelas pessoas que têm o poder de fazer algum tipo de mudança. Em termos do meu trabalho, o maior impacto foi a história da polícia ... depois que uma das advogadas que contribuiu com essa história disse que estava pensando em lançar uma superproclamação da Polícia. Um desafio legal em todo o país sobre as forças que lidam com a polícia que perpetrou casos de violência doméstica. Fornecemos muitas informações e dados para a super reclamação. Então esse foi o impacto mais tangível que eu já vi. O desmatamento, por exemplo... Por ser um problema global que as pessoas vêm tentando resolver ao longo dos anos, não esperávamos que um dia após a publicação de nossas histórias, o Bolsonaro parasse o desmatamento na Amazônia. Não é tão simples. Contribuímos com material para o conhecimento mundial sobre isso em um momento em que era muito importante.

Entrevista Gareth Davies (entrevista realizada no dia 23 de junho de 2021 via email)

Por que você decidiu se tornar jornalista?

Meu pai era um repórter investigativo, então cresci admirando seu trabalho e vendo a diferença que o jornalismo poderia fazer na vida das pessoas.

Vimos um aumento da desconfiança na mídia. Por que isso está acontecendo? O jornalismo ainda importa? Por quê?

Existem muitos fatores que contribuem para isso - escândalos de mídia de alto perfil (hacking de telefone), cortes de jornais e padrões em declínio, o aumento de fontes e plataformas de notícias alternativas, críticas de políticos de alto perfil.

O jornalismo ainda importa? Claramente. É mais difícil ter impacto como jornalista por causa dessas questões? Definitivamente.

Você se considera um jornalista de dados? Qual a sua opinião sobre a nomenclatura?

Sou um jornalista cujo trabalho muitas vezes envolve dados, mas não me considero um 'jornalista de dados'. Não tenho uma opinião particularmente forte sobre a frase.

Como você consegue fornecer precisão em seus relatórios? Na sua opinião, o que é exatidão e o que é rigor no jornalismo? Como você aplica esses conceitos em termos de fontes?

Em um nível pessoal, certifico-me de que meu trabalho seja preciso, mantendo registros detalhados e bem organizados em cada estágio do processo de relatório. Como organização, o Bureau tem um processo de verificação de fatos extremamente completo para garantir que tudo o que publicamos seja o mais preciso possível. Não tenho certeza do que significa as outras duas partes desta pergunta, mas eu diria que a precisão é absolutamente fundamental se quisermos reconstruir a confiança no jornalismo.

Até que ponto os jornalistas podem confiar em dados oficiais?

Os dados, oficiais ou não, devem ser abordados como qualquer outra fonte de informação - com ceticismo. Há uma tentação de olhar para os dados "oficiais" (com isso, suponho que você se refira aos dados publicados por governos e outros órgãos públicos) e considerá-los objetivos e infalíveis, quando, em vez disso, há muitas perguntas que você precisa fazer antes de confiar neles para o seu relatório, tais como: como foi coletado, o que cobre e, mais importante, o que não cobre, é apoiado por outras evidências, etc.

Você poderia expressar sua opinião sobre o formato de receitas de relatórios do The Bureau Local? Em que medida a transparência e as evidências oferecidas pelas "receitas de reportagem" são uma forma de melhorar a credibilidade do jornalismo de dados?

Acho que capacitar as pessoas para que participem do jornalismo é uma

parte realmente importante para reconstruir a confiança na mídia, e as receitas de reportagem que produzimos são uma forma de fazer isso. Eles foram projetados para que qualquer pessoa possa escolher um e entender como investigar o tópico ou problema em que vive. Acho que, como jornalistas, devemos explicar nossa metodologia (incluindo as falhas), contexto e motivações com mais frequência.

Você considera o relato do Poder Local um exemplo de jornalismo baseado em dados? Você poderia falar mais sobre a rotina jornalística?

Desculpe - não entendi a pergunta.

Charles Boutaud me disse que você é um especialista em FOI. Você poderia me contar sobre os desafios dessa prática? Quanto se tornou mais difícil obter informações via FOI cobrindo a história do Conselho de Thurrock?

Solicitar informações de acordo com a Lei de Liberdade de Informação é uma ferramenta potencialmente poderosa para jornalistas, permitindo-lhes obter acesso a documentos e outras informações que, de outra forma, poderiam estar ocultas da vista do público. Os desafios são muitos - ele produz um instantâneo em vez de informações perenes, os órgãos públicos estão sobrecarregados com solicitações, há inúmeras isenções e o processo de contestar solicitações rejeitadas é demorado e potencialmente caro. A história de Thurrock é um exemplo de um órgão público que ocultou informações do público e se recusou repetidamente a divulgá-las sob a FOI. Estamos contestando essa decisão, mas provavelmente levará muitos mais meses antes que haja uma resolução.

O Comitê de Habitação, Comunidades e Governo Local incluiu dados da série Poder Local (Vendido abaixo de Você) sobre o número de Conselhos que investem em propriedades comerciais. Na sua opinião, as evidências que o jornalismo de dados traz reforçam seu impacto? Você já poderia medir o impacto dos relatórios do Conselho de Thurrock?

Sim, acho que o fato de nossos relatórios serem sustentados por dados aumenta o potencial de impacto, em termos de serem referenciados por relatórios oficiais como o que você mencionou. Definitivamente, podemos medir o impacto da investigação até agora. Por exemplo, Thurrock parou sua política de

investimento, outras autoridades locais decidiram parar de emprestar ao conselho, o conselho realizou uma reunião pública de emergência durante a qual divulgou informações aos residentes pela primeira vez.

Você optou por dados interativos nos relatórios Vendido sob Você e Thurrock Council? Por quê? Teve um número significativo de acessos? E quanto ao acesso às receitas de relatórios?

Publicar dados dessa maneira e permitir que o leitor os interroge é muito mais impactante do que simplesmente publicar uma planilha densa e muito difícil de entender.

Quanta atividade no *slack* foi importante para os relatórios de Sold Under You e como você avalia os limites da plataforma como uma ferramenta para acionar a colaboração?

Eu realmente não tenho uma opinião sobre isso, infelizmente.

Agência Gênero e Número

Giulliana Bianconi (entrevista realizada em 18 de janeiro de 2021, via google meet)

Pode contar um pouco a história da Gênero e Número?

É muito importante entender desde cedo o que é possível fazer e que tem lugar para jornalismo especializado de nicho. Sem ser de um lugar somente da organização da sociedade civil, das organizações de base. Porque tem muito coisa convergente de ativismo em jornalismo. Mas a GN partiu do jornalismo/ A gente dialoga bastante e com frequência com os movimentos mas o nosso lugar é o do jornalismo. Então é bom saber que repercute mesmo nas universidades.

Amadureci a ideia de uma organização jornalística que seria de nicho para trabalhar questões de gênero. Nem tinha esta compreensão de que a gente teria que trabalhar raça no mesmo nível. Era um momento em que eu olhava a cobertura da mídia e via que tinha muito espaço para uma iniciativa que fosse tratar de gênero.

Minha referência era a Agência Patrícia Galvão mas elas tinham um olhar muito para a pesquisa, pesquisa de percepção... e elas não faziam jornalismo diariamente. Não tinha esta produção de conteúdo. Era uma referência de mídia.

Eu estava a alguns trabalhando na Comunicação para organizações, depois de sair de redação, neste espaço híbrido onde a narrativa é muito importante, procurando sempre pessoas para fazer projetos juntos. Trabalhava em organizações como consultora e eventualmente tb tentava realizar algum projeto pessoal e independente. Nesta observação no campo, eu queria trazer gente para trabalhar junto. Eu mal conhecia a Natália Mazzoti. Mas achava o perfil dela interessante para pensar algo assim. Ela já estava na escola de dados. Era uma jornalista que eu percebia que circulava entre ambientes não só tradicionais de redação. E a Maria, eu tinha trabalhado com ela uma agência de conteúdo e consultoria em São Paulo.

Assim que eu saí da Folha de S. Paulo, eu fui para esta agência e gostava deste perfil da Maria, que é do audiovisual, muito criativa. Ela estava no Chile tocando uma editora independente (Mínimas). Eu olhei para estas duas mulheres e pensei: olha, isso pode dar pé. Fiz este primeiro contato, a gente conversou. A gente não tinha a pretensão de criar uma organização. Vamos começar com um projeto que não tinha nome. Foi construído pelas três o conceito do que seria a Gênero e Número.

Eu tinha este desejo mas não tinha nada estruturado. Tem uma revista (Delayed Gratification) que até hoje eu guardo que me deu a compreensão da importância do visual e do gráfico. Passei um mês e meio em Londres. Ela tem este conceito de slow journalism que é fazer os conteúdos mais depurados. Depois, quando chamei a Marília que trouxe esta linguagem do design. Eu me encantei muito em Londres com a produção realmente gráfica. Eu ia num museu e tinha um livro sobre mapas...O desenvolvimento deste visual da linguagem da visualização de dados na Europa é outro patamar. Tem esse visão do desenvolvimento da linguagem e também com a arte. Trouxe esta referência. Eu ia passear no mercado num fim de semana e estava lá um paninho – me arrependo até hoje de não ter comprador – era um paninho que trazia a época do ano e os peixes e era um grande visualização de dados, qual era o peixe da época. Era lindo e era tudo visual.

Eu voltei e pensei, ‘ gente porque a gente fica fazendo este jornalismo cheio de bloco de texto. Realmente não tinha nada no Brasil nesta linha. O Nexo tava chegando e trazia este olhar. E a gente também tinha esta proposta. Mas foi muito

na garra que a gente começou. Por que? A gente se complementava, eu Natália e Maria nestas habilidades. Natália trazia esse olhar afiado do jornalismo de dados, das técnicas e das metodologias. A Maria tinha a expertise da comunicação audiovisual, e eu do jornalismo mais convergente. Tinha passado por duas redações, uma no Nordeste e outra em São Paulo. Trabalhava há seis anos com jornalismo. Lá tinha este olhar de um jornalismo que converse com a audiência e que fale sobre dados sem ficar neste lugar do ativismo. Acho que a gente estruturou bem o projeto, de botar o projeto na rua o lançamento em 2016 fez a coisa repercutir ali, no nicho da mídia independente.

A minha primeira definição é que a gente não ia lançar se não tivesse nenhum investimento. Sabe porque Claudia, justamente por isso, por não ser uma organização que parte do ativismo. Era para ser profissional desde o início. Mesmo que a gente tivesse uma baixa remuneração, mas a gente teria que ter que ter alguma remuneração. Ainda assim foi um primeiro ano muito perrengue. Muito difícil. Porque era botar uma coisa no ar, tecnologia, equipe. Entender o tom, entender a periodicidade. E foi extramente desgastante. Um negócio de louco. E tinha uma ausência absoluta de prática de gestão. E hoje eu relativizo muito isso. Não era nem sobre não saber fazer. Era sobre não ter investimento porque ninguém que começa uma organização sabe fazer, sabe? Vc pode até ter feito vários cursos e tal mas uma organização dessa, vc não consegue colocar ela no ar sabendo o que ela precisa. Mas faltava investimento para montar uma estrutura, alguém que pudesse acompanhar a gente ao longo do ano, ajudando a estruturar enquanto a gente cuidava destes questões mais editoriais e institucionais, etc.

Então, isso realmente desgastou muito a nossa construção. E aí, a Natália tinha um traço que era positivo para a GN. Mas tinha um lado que me sobrecarregava especialmente porque ela tinha este perfil de circular muito em muitos lugares. E ela tinha este desejo de seguir fazendo várias coisas. E a GN precisava de energia. No, fim era isso. A gente tinha a mesma remuneração, o mesmo cargo e a dedicação era muito diferente. Esse foi o ponto que fez com que ela saísse depois de um tempo porque eu não vai como seria possível a gente podia ter uma iniciativa mais longa, transformar o projeto num organização naquele modelo.

O da Maria foi diferente. Maria ficou até o final do ano passado atrasado, no caso (2019). Realmente, ela queria outras coisas para a vida. Tb tem isso, sabe

Claudia, não é nada óbvio, nem trivial criar uma organização de jornalismo independente. É muito difícil. Tem também este desafio de buscar recursos, de estruturar uma equipe, de reter esta equipe. A Maria dizia claramente que ela queria fazer audiovisual. Não queria fazer gestão, nem publicação e administrativo. Então, o que a gente acordou é que ela poderia ser a fornecedora de vídeos da GN, que tinha esta exclusividade. Ela é excelente mesmo nesse campo. Tem um olhar muito sensível e artístico. No fim das contas, faltava esse desejo. Assim que eu vejo, quando tudo começou todo mundo confiava no projeto e no potencial dele, mas sabe essa entrega que precisa ter para que a coisa seja mais real e forte? Nisso aí é que eu sentia uma diferença. Tanto que logo depois a Natália foi fazer outras coisas; foi estudar fora. A Maria seguiu fazendo realmente só vídeos e por aí vai. Mas hoje tem uma outra diretora que é a Maria Martha e a Maria Martha tem este perfil hiper jornalístico. No ano passado, ela abraçou a gestão também. Ela é hoje esse par. A Marília como diretora é diretora de arte. Ela já tem um certo domínio sobre os processos de equipe. E sem dúvida nenhuma uma organização tão pequena como a GN precisa de todo mundo com a mão na massa. Não tem espaço para diretora executiva que toma só toma decisões e cuida de gestão. Isso não existe.

A GN é uma redação só de mulheres?

Primeiro, a equipe era muito pequena. Faz um ano e meio que a gente tem 11 pessoas na equipe. A gente teve este número, diminuiu e voltou. No início eram as três fundadoras, tinha uma estagiária e tinha uma designer que nem tinha formação em design. Eram cinco mulheres. Quando a gente abriu, a gente queria contratar uma mulher negra. Então, a estagiária veio ocupar este lugar de representatividade e trazer esta voz. A designer não era super especializada e ela cobre várias frentes, uma pessoa meio coringa que era a Isis. Ela veio da rede de contatos da Natália. Foi meio orgânico. Quando a gente começou a contratar, a gente contratou um homem. E foi o Zé. E foi assim. Vamo lá. Vamos contratar para ver como funciona. Era interessante. Tinha uma tensão até positiva porque ele trazia uns questionamentos de quem não sente na pele as questões que a gente tratava. Não teve nenhuma questão crítica. Tanto que ele saiu porque mudou de cidade e arrumou outro trabalho em São Paulo que era o que ele queria fazer. Não é que a gente fecha a porta para outras identidades. O que acontece é que quando a gente abre seleção, é uma enxurrada de currículo de mulheres. Quando a gente vai

avançando, tem uma identificação muito grande com estes perfis. A gente reconhece nas entrevistas, a apropriação, a sensibilidade ao tema.

O que eu posso te falar? Não é uma meta da GN fazer qualquer esforço para ter necessariamente homens na equipe. Não existe este esforço. No dia que a gente tiver um perfil interessante, realmente esta pessoa está elegível. O Zé era um homem negro da periferia do Rio formado em Engenharia. Ele trazia este olhar da matemática que era importante. Trabalhava super bem com os softwares e ele tinha sensibilidade para a questão de gênero. Isso é duro porque diferente da Pública... A Pública cobre, no leque dos direitos humanos, muitos temas desde agrotóxicos e políticas de meio ambiente, tem esse olhar sobre o período da Ditadura no Brasil, então cabe porque não tem o tempo inteiro esta discussão sobre gênero e raça. A Gênero e Número isso é full time do trabalho. Então, sabe aquele momento em que você está lidando com um caso super dramático de feminicídio. já é muito difícil. Aí se você tem alguém que solta uma frases daquelas que bate no estômago e volta isso desestabiliza a equipe. É uma forma de se proteger e proteger a equipe Isso significa que a gente não pode ter este tipo de perfil? Não, de forma alguma. Homens trans que a gente já poderia ter incorporado na equipe. Esse esforço de ter pessoas de outras identidades de gênero que convergem sobre esta questão das minorias políticas. Quando a gente abre a seleção, vem um monte de mulher sedenta, sabe, incrível, alinhada que já estudou, já pesquisou, aí a gente realmente prioriza.

Tem um ponto que a gente tem olhado com muita atenção mesmo que é a questão geracional porque tem isso também. Quando vc fala de jornalismo nativo digital, tende abrir o quê? Da mesma forma, há uma certa expertise, gente jovem que trabalha com muita desenvoltura e faz videos como se estivesse escovando dentes. Só que este é um ponto porque agrega muito você ter um olhar experiente. Inclusive, sobre estas questões que a gente trabalha. Qdo a gente fez o Mapa da Violência de Gênero, que a gente trouxe a Vânia Pazzinato como consultora. A Vânia passou metade da vida pesquisando isso...uma tranquilidade. Não tem essa necessidade de se autoafirmar para o grupo. E nesse momento, a gente tem a Sâmia Bertholdo como editor. A Sammy (?) trabalhou quase 20 anos no O Globo. É a pessoa com a maior faixa etária na equipe e com mais experiência. Cara, foi muito bom no ano da pandemia ter a Sammy como editora. Não teve um *piti*, sabe? Não teve aquela coisa do desespero. Deu, deu. Não deu, como a gente vai encaminhar e

vai resolver. É claro, ela não tem várias outras coisas desta geração nova. Mas isso pra gente foi um aprendizado super importante, da necessidade desta composição equilibrada geracional

Jornalista de dados existe? Ou é uma forma de fazer jornalismo?

Existe, sim, o jornalista de dados. Este perfil é muito importante. No contexto da organização, em alguns momentos priorizamos trazer esta pessoa para a equipe, trazer jornalista de dados principalmente como colaboradores pontuais. É muito difícil convergir este perfil. Alguém que tenha repertório de raça, que está atento e tem esta bagagem na cobertura, e que sabe trabalhar bem com dados. Eu acho que nós fizemos um processo de formação na Gênero e Número pra chegar neste perfil. E ainda assim hoje eu posso dizer que as repórteres não são jornalistas de dados em primeiro lugar. São especializadas em cobertura de gênero e raça e trabalham bem com as ferramentas que permitem fazer o jornalismo de dados. E essa foi uma escolha mesmo. Sabe que existe até uma outra linha, que é a linha da escola de dados. E por um tempo a gente sofreu uma desconfiança deste grupo, deste métier. Existem os grupos, as conhecidas painelas. E essa painela do jornalismo de dados, da escola de dados, achava que não ia dar certo. Eu nunca acreditei nesta auto-suficiência. Acho isso extremamente prejudicial e empobrece o processo.

Qual a diferença?

A escola de dados segue uma metodologia. Todo o jornalista tem que saber fazer esse passo a passo que é levantar, refinar, estruturar, blá, blá, blá, ou seja, o jornalista passaria por todas estas etapas para produzir a sua reportagem. No caso da GN, eu vou te falar que...aí é que entra a nossa característica, perfil...É uma organização que sempre acreditou no fazer coletivo. Até a própria Natália que veio da Escola de Dados tb acredita que as pessoas podem se complementar. A gente fez um curso com um desenvolvedor na Escola de Dados que achava que eu devia aprender a programar, que era imprescindível. E, cara, eu acho que esta visão é extremamente desconectada do que é uma organização, do que é construir uma organização. Uma coisa é você ter uma folha de São Paulo com 300 jornalistas e os jornalistas especializados que não vão ter que levantar um papel no dia a dia pra fazer nada, pra trazer recursos. Numa organização como a GN, em que as repórteres

são duas e elas têm que fazer uma milhão de coisas, incluindo redes sociais, é muito importante elas terem pares.

Sem contar que a Natália Leão e a Flávia trazem o olhar das ciências sociais e isso é super importante para abalizar os conteúdos. A Natália pesquisa trabalho e gênero. Ela dá uma verdadeira contribuição e uma aula quando é preciso falar sobre esse tema. A Flávia, da ciência política, ela fala sobre eleições com muito tranquilidade. Nunca é trivial. Por que? Tem uma forte comunidade que acha que a gente deveria ser assim, que todo mundo deveria saber tudo. Mas a gente tem muitos sabers, diferentes. Isso faz com que a GN seja a organização que ela é. Diferente do Nexo e da Folha. Cada organização com sua estrutura e sua realidade vai operar de uma diferente,.

Em termos de produção, a formação da Flávia e da Natália compromete o jornalismo?

A diferença é que torna a produção mais cara porque você tem que ter uma equipe maior. E a gente produz muito. Por outro lado, vou te falar que a gente produz muito e a gente não produziria tanto assim se a gente não tivesse uma equipe assim; se fosse todo mundo jornalista. A gente tem um olhar convergente e é por isso que eu bato tanto nesta tecla. Agora a gente vai poder lançar um braço da GN que é para organizações do terceiro setor, Organizações que querem trabalhar com gênero e raça, a partir de dados. Permite criar um negócio que não é estritamente editorial. Qual a fraqueza deste modelo? Realmente a jornalista não vai fazer o processo inteiro sozinha. Só se os dados estiverem mastigados. Mas se ele pegar uma base que você nem consegue abrir no Excel, que é super robusta e você precisa de uma linguagem do R, de programação, a jornalista da GN não conseguirá fazer. Mas eu acrescento: são poucos os jornalistas de dados, em qualquer lugar, que conseguem fazer o passo a passo inteiro sozinhos. Então, no fim esse processo não é um problema. O que falta na equipe hoje não é uma pessoa especializada em dados. O que falta hoje é uma pessoa trabalhando com desenvolvimento e programação. A gente está numa análise de cinco mil tweets. A gente não consegue fazer. (A GN monta equipe com colaboradores para os projetos)

O acesso aos dados, a transparência contribui para reforçar a credibilidade? “proposta de gerar e repercutir informação qualificada e verificada para embasar discursos de mudança” (na página da GN).

O dado não tem mais credibilidade que uma fonte declaratória. Não é sobre isso. A questão é que o dado traz uma precisão e um recorte. Ele permite visualizar este recorte com esse tipo de fonte que não é a declaratória que leva a gente para outro tipo de debate que é assim: esse é o nosso contexto por métodos e processos mais científicos. Aí vc pergunta assim: e o rigor? Científico pode ser muita coisa. A gente tenta fazer esta análise da consistência. Não dá para garantir um dado se você não fez parte daquela pesquisa. Você tem que validar mesmo. É um processo constante de validação desta fonte que é a base de dados. E você valida a partir da credibilidade da organização que desenvolveu, lendo a metodologia que foi utilizada para que aquilo (o banco de dados) fosse criado e desenvolvido. O que eu entendo é que a gente cria uma camada a mais quando faz jornalismo de dados. A transparência faz parte do processo. Mas digamos que você não abra a base. Isso não reduz ou diminui a consistência da material. Uma coisa é a base consistente que vc utiliza para construir uma narrativa, uma reportagem, um vídeo, o que quer que seja. E outra é a abertura desta base para o público. Estes processos, quando combinados, trazem uma outra forma de apresentar uma narrativa, que é mais orientada que acrescenta esta camada do processo científico e este processo é compartilhado com a audiência para que ela possa entender como foi feito. Então, isso é um valor. Valor do compartilhamento, de um processo mais distanciado dos discursos polarizados.

Vocês reforçam uma agenda de interesse pública que é voltada para questões de desigualdade...Você consideram que fazem “jornalismo de campanha”?

Isso não pode ser confundido com imparcialidade. Esta é uma forma que a gente de apresentar o debate. A forma, a abordagem que a gente escolhe para apresentar é um outro ponto. A gente desde princípio tem como premissa que a gente vai revelar a desigualdade de gênero e de raça por meio de dados. É isso que a gente faz. A gente abre esses dados para apresentar uma visão crítica sobre estas desigualdades. Nunca a gente vai dizer: olha só, aqui a gente tem essa diferença e é isso pessoal. Tire suas conclusões. A gente vai trazer pessoas para repercutir estes dados, fontes que mostrem, enfim, o quanto isso precisa ser enfrentado. E com isso

a gente ganha caráter progressista. Um olhar parcial de defender o enfrentamento destas desigualdades, não de manipular a informação.

Sobre a confiabilidade dos dados

Primeira coisa, é não aceitar recortes nas pesquisas de base. A gente tenta sempre a base bruta quando a gente solicita estas bases e estes dados. A gente briga muito na Lei de Acesso porque várias bases vêm com este recorte. E aí tem a pessoa técnica que lê o nosso pedido de acesso à informação e entendeu de uma determinada maneira. Vai lá, faz um recorte e manda. Mas já vem com o viés dela. Só que, por outro lado, você não sabe quem é essa pessoa do outro lado, não tem nenhuma informação sobre ela. Porque a gente não produz dados a todo momento. A gente teve momentos de produção de dados que foram as pesquisas que a gente fez (listar todas as que não estão na análise de conteúdo). De percepção. Tirando isso, a gente trabalha com bases produzidas.

E não tem como você achar que não existe algum viés. Existe viés desde o desenho da pesquisa que alguém vai definir. Conversando com pesquisas que fazem pesquisa e trabalham em cargos de gestão pública tipo IPEA, é isso...você ouvindo o discurso político, não existe esta pesquisa totalmente apartada, a menos que seja focada no objeto das ciências sociais. Vou dar um exemplo. O Infopen é um relatório sobre o sistema penitenciário no Brasil. Essa é uma pesquisa/base de dados que levanta os dados. Você tem as categorias da base. Tem gênero, raça, tipo de crime cometido. Mas a gente sempre falta de uma categoria. Um exemplo: mulheres presas que estiveram que tiveram filhos amarradas. Não tem. Se tivesse uma pesquisadora feminista teria esse campo. Porque aí entra no outro campo. Quem coleta os dados? Quem estrutura o Infopen? A ausência de dados de uma base denota um viés Tudo é viés. Mas quando vc pega uma base, vc tem que analisar o quanto ele responde a proposta da sua produção jornalística. Não dá para pegar qualquer base mas não dá pra ficar problematizando a base porque senão vc não faz nada.

O que é precisão para você?

Entendo que a precisão é a possibilidade de confrontar (fact-checking) e chegar a um resultado avaliado como consistente por mais de uma pessoa. A precisão tem um componente técnico da qualidade da produção da base. Mas

também é um processo. No nosso caso, a precisão para a produção do jornalismo de dados é um processo de confrontamento dessa dado. Mas como assim? Para você confrontar a base você precisa ter conhecimento do contexto onde essa base foi construída. O infopen, por exemplo. Se ele manda um dado do sistema carcerário de São Paulo falando que foram presas 200 mulheres negras por tráfico de drogas, pra mim isso está longe da precisão. Eu vou questionar esse dados porque eu tenho esse conhecimento da realidade 1) que as mulheres são presas principalmente por esse crime, tráfico de drogas. 2) que São Paulo tem a maior população carcerária do país e 3) que relata a maior população de mulheres. A precisão é a capacidade técnica de confrontar a base com o conhecimento de contexto. A partir daí você usa o conhecimento técnico para checar a base. Sem isso, não tem precisão.

A pesquisa das mulheres que levantaram os desafios da parentalidade na Ciência. A gente fez primeiro uma edição de Ciência e Educação e depois a gente desenvolveu um documentário. Esse é o fator F, de filho, o fator F na carreira das mulheres acadêmicas. E aí o que é precisão nesta produção? É poder acessar a base aberta e confrontar aquela base. Porque se tem uma informação que é super contextualizada sobre o papel do homem no cuidado, a gente vai dizer “opa, aquilo não bate com a realidade que a gente vem levantando há tanto tempo”. Por que que é assim?

Essa confrontação pode ser feita por entrevistas?

Com certeza. Foi muito interessante esta pergunta porque ela explicita muito o lugar da Gênero e Número como uma produção de conteúdo de jornalismo e tal que está no campo das ciências sociais. Por mais que a gente fale sobre mulheres na matemática, como a gente já fez um documentário, ok. Mas a gente parte desta contestação, do nosso contexto e desta interseção gênero, raça, território e tudo isso não é do campo abstrato. É do campo humano. Então, para fazer esta precisão, não precisão necessariamente precisão matemática. É também.

Vocês têm matérias premiadas?

A gente é muito negligente. Não olhou para isso. A gente não trabalha muito com matérias especiais. A gente trabalha com contexto. É meio como o Nexo. Mas a gente chegou a conclusão que precisa investir nisso porque é uma métrica

também. Então, a gente tem buscado mais este tipo de produção do ano passado pra cá.

Como surgiu o nome?

Veio de um *brainstorm*. Foram muitos nomes e veio de uma desta reuniões. Na verdade, foi alguém que sugeriu pra a Natália e ela trouxe o nome. Ela falou e a gente “nossa, é muito bom Gênero e Número”. E foi essa coisa. A gente fez esta consulta e entendeu que era um nome que dialogava com públicos. Tinha gênero no número mas não é só sobre opressão. Tinha uma possibilidade ampla de falar de gênero e número.

Como vocês estruturam as fontes? Vocês têm manual, procedimento?

Nós não temos um guia. Nós temos algumas premissas. Não vamos reforçar visões ou narrativas opressoras. Não foram poucas as vezes que a gente deu voz para este público, por exemplo Janaína Paschoal. Quando chegou ao STF o debate sobre aborto, ia haver um debate com os dois lados. Nós fizemos esta matéria ouvindo algumas pessoas do lado contrário (ao aborto) desde que elas não defendessem o retrocesso nos atuais direitos que a gente já tem conquistados. E a Janaína era uma dessas. Ela não defende a ampliação dos direitos ao aborto mas não defende o retrocesso. A nossa premissa ao ouvir pessoas não é que concordem com a visão de mundo da Gênero e Número. É que não defendam retrocesso e não reforcem padrões de opressão no nosso conteúdo. Já houve uma discussão sobre isso que a gente levou para o conselho porque, em 2017, teve um debate sobre o aborto. O Eduardo Bolsonaro era líder de uma comissão de enfrentamento ao direito ao aborto. Ele tinha posição contrária. Parte da equipe editorial achava que deveria dar visibilidade e ouvi-lo e parte achava que não deveria. Porque, afinal de contas, ele estava pautando o retrocesso e buscando espaço público. Isso foi e voltou, foi para o conselho e a gente decidiu que não era o caso de trazer porque ele certamente vai ocupar outras mídias, outros espaços. A gente vai citar a comissão, porque ela existe, não vamos omitir esta informação, mas não vai dar voz. A gente tenta escolher fontes que são especializadas no assunto. E vítimas também, os personagens. Mas a gente não viver nesta lugar da vitimização, que é muito fácil da gente cair.

Entre as fontes, a gente tenta abrir espaço para o protagonismo e isso foi uma lição que aprendi com uma das conselheiras, a Jacira Melo da agência Patrícia Galvão. Quando ela esteve no evento da GN em 2017. Ela veio de São Paulo, participou de uma mesa e ela disse: “poxa, eu gostei muito do evento porque é isso, quando vocês trazem os dados, vocês problematizam. Mas todo mundo aqui é protagonista. A gente tem que falar: “como a gente vai mudar?”. Porque a realidade está posta, está dada. Quem são as pessoas que vão transformar. E aí é este lugar que a gente busca na GN. A fala da vítima mas também de quem está trabalhando para mudar este padrão. Este ano foi uma referência de força da atuação dos grupos das mulheres e das minorias na articulação para este enfrentamento.

Jornalismo guiado por dados na GN

Não necessariamente. Entra o aspecto do interesse público. A gente fez um ano passado sobre indígenas na universidade. A gente abriu a base no Inep e viu esse dado. Puxa, olha isso. Realmente é muito importante. Era uma matéria mais inédita. A gente deu. A outra foi olhando os dados da PINAD 2020/2019, a gente viu um dado super crítico que era o número de famílias chefiadas por mulheres negras e a condição de renda dessas mulheres. Mais de 65% delas estava abaixo da linha de pobreza. Nesse caso, os dados guiam. A agenda e a pauta factual trazem muitas questões que a gente percebe que precisam ser melhor aprofundadas. Então, a gente parte daí para buscar os dados. Depois daquele momento terrível do estupro da menina de 10 anos, a gente pensou “o que a gente pode trazer sobre isso?”. Aí, foi buscar dados relacionados à violação e estupro para apresentar isso de uma forma mais contextualizada com dados. Eleições é um exemplo que a gente fica olhando para a base e se perguntando o que a gente pode fazer mas a gente já tem algumas hipóteses. Então, a gente vai atrás da confirmação destas hipóteses com dados. É um trabalho que tem uma dinâmica, 50%, 60% se a gente trabalha das duas maneiras/ Guiada por dados desde o princípio mas também buscando nos dados o aprofundamento do debate de pautas que já estão no ambiente público.

A decisão de não dar voz à fontes que reforçam o que vocês entendem como retrocesso não compromete o equilíbrio (fairness) e a objetividade?

Tem horas que eu faço esta autocrítica como diretora da Gênero e Número. Não sobre mim mas sobre a GN. Eu acho que poderia ser um pouco mais amplo em

alguns momentos. Em alguns momentos, a gente chove no molhado, sim. Não é toda hora que a gente faz uma matéria com análise crítica que ela poderia ter. Às vezes a gente poderia ouvir um parlamentar que tenha uma visão menos afirmativa sobre o tema. É uma... não discute isso como um problema, sabe? Eventualmente a gente fala sobre isso. Olha, gente, acho que esta matéria ficou muito enviesada. Acontece. Gente, isso aqui tá muito enviesado. Não foi legal. Já aconteceu. Já fiquei assim discutindo isso uma tarde inteira com a equipe. Então, a gente tenta não perder a mão. Mas sobre prejudicar. Vou te falar que tem os números. Os nossos números de redes sociais. Eles são números que mostram que realmente a gente é uma mídia de nicho. Isso por um tempo foi uma questão. Poxa, a gente não dialoga com o público da Janaína Paschoal. E seria importante falar. A gente fala com o público da Joice Hasselmann. Seria importante falar para estas mulheres. Mas, qual é o nosso lugar? Pra quem a gente fala? A gente quer informar as pessoas que estão sensibilizadas e quer que eles repercutam nosso conteúdo para um grupo que pode tomar decisões e provocar mudanças. Informar uma juventude interessada e atenta a este tipo de tema para que eles também possam reverberar informação qualificada. Se isso vai ser sempre assim, não posso te afirmar porque a gente é uma organização muito jovem. Mas hoje a gente está neste lugar construindo esta reputação e este lugar de nicho mesmo. Então, poderia dizer assim, que não acho que prejudica (*a falta de fairness*) mas reduz nosso alcance.

Como fica a questão de equilibrar os personagens se vocês querem evitar a vitimização? Porque vocês trazem os personagens e a humanização dos dados...

A gente tem a preocupação da representatividade; de sempre tratar e falar sobre grupos que sejam bastante representativos dentro daquele tema que a gente está tratando. Não fazer aquele jornalismo que eu criticava na imprensa tradicional que é o jornalismo da torre de marfim. Você tem uma agendinha cheia de gente importante, ministro e juiz, etc. Aí vai repercutir a prisão de uma mulher, tipo mãe, e liga para o ministro do STF. A gente evita isso; a gente quer dar voz as pessoas que representam aquela realidade da pauta. Agora é importante trazer um figurão dependendo do assunto, dependendo da pauta, do momento do debate, a gente precisa dizer “fulano já tem dez anos discutindo este tema dentro do STF”. Mas é sempre esta busca por não ficar na agenda mainstream.

Qual a importância da LAI?

Em 2020, a gente trabalhou muito com dados urgentes. Dados relacionados à pandemia e às eleições. As eleições tem dados na base do TSE. Não tem necessidade de usar a Lei de Acesso. Tem mais isso de saber trabalhar com esse base robusta (portais, etc.). Sobre a pandemia não tem tanto espaço para a LAI. Dava até receio pedir via LAI. Trabalhava muito com o levantamento dos cientistas que estavam em cima. Teve uma característica em 2020 um tanto diferente. Mas quando a gente pede e faz uso, a gente cita. A Martha, que é diretora de conteúdo, ela tem batido muito nesta tecla de agora para esse ano começar a fazer os pedidos um mês antes para ver o que vem. É importante não perder este ritmo e ver o que vem e trabalhar dessa forma.

Os dados de fonte oficial comparados ao dados oriundos de LAI. Alguma diferença?

Faz diferença no recorte. Porque quando vc faz o pedido via LAI são recortes específicos que você não encontra nas bases públicas que já estão disponibilizadas. Isso traz um ineditismo, uma originalidade para a abordagem que vc não necessariamente vai encontrar nesta base que está disponível. Mas isso não é uma regra. E tem outro aspecto. Como você faz um pedido pra um servidor, depende muito do engajamento dessa pessoa. Tem umas respostas que eu tenho vontade de chorar. Vc percebe que ela abraçou o seu pedido, que ela comprou a sua causa e fez o melhor. Mas não é uma regra. Então, depende...do tipo de abordagem que vc pretende dar para pauta. Posso falar que é um recurso imprescindível para o trabalho jornalístico. Ela também constroi uma cultura de acesso à informação e transparência pública. Ela converge nisso. O que a gente precisa é muito trabalhar para fazer essa possibilidade ser cada vez mais ampla. Não aceitar e denunciar quando houver qualquer tipo de manipulação e retrocesso. Mas hoje é tão absurdo. É tanta coisa tão crítica. Era muito mais fácil fazer este trabalho há quatro anos atrás porque a lei tinha sido implementada em 2012. E a gente tava nesta ascendente. Hoje, às vezes a gente fica sem resposta e não tem fôlego para isso porque tem outra avalanche acontecendo. De fato, não é um momento muito positivo para a LAI. Mas a gente tem que defender...

Em termos de independência, tem pé no jornalismo de precisão. Uma característica é a independência das fontes primárias. Da maneira que vocês trabalham, partindo de uma hipótese ou encontrando uma informação em um banco de dados, vocês sentem que tem mais independência?

Os jornais sempre buscaram esta independência. Independência editorial; os que não tem obviamente uma intervenção comercial que mude a rota do editorial. Qual é o ponto? É o que jornalismo que se orienta só pelas declarações, pelo discurso público, ele tende a reproduzir também inverdades, tende a perder a possibilidade de apresentar outros recortes ou de validar esses outros recortes. Agora, o que eu entendo é que esta discussão sobre precisão e sobre como fazer um jornalismo mais assertivo, extrapolou esta divisão entre o jornalismo de dados e o jornalismo declaratório com esse contexto de desinformação e fake news. Hoje, a gente tem essa análise crítica dos veículos. Por exemplo, ontem saiu “Pazuello mente ao dizer que já tem vacina”. Se for contar com a apuração a partir de declarações ou a partir de dados, ou seja quantas doses estão prontas para serem distribuídas no Brasil, ou fazer jornalismo investigativo clássico, vc chegaria a esta conclusão. Por muito tempo, os jornais só reproduziam o discurso público. E hoje já tem essa análise que para a gente enfrentar este contexto de desinformação, a gente precisa subir este nível de análise crítica e até reforçar de outra forma. Neste sentido, o mais importante hoje é entender que o jornalismo de dados é um caminho para a gente construir essa narrativa com precisão mas que, sem dúvida nenhuma, ele não é o único caminho. E nem sei se afirmaria hoje que ele é o mais importante. Porque vou te falar que eu entendo assim. Imprescindível fazer o uso deste caminho, mas que há incríveis reportagens e narrativas que são feitas sem nenhuma base de dados.

Por que tiraram a sessão dados de bolso?

A gente tinha pretensão de construir mais peças com visualizações do que só os dados. Tem muitas bases que falam sobre violência contra mulher. Por exemplo, sobre feminicídio. O Fórum de Segurança Pública tem um relatório anual, a base do SUS, o Mapa da Violência de Gênero. Se vc traz um dado a cada publicação, se você joga ali, amanhã vai sair outra leitura sobre o dado que não é necessariamente um dado diferente mas foi usado uma faixa de população diferente. O que a gente começou a analisar é que eram poucos eventos em que a

gente tinha um dado definido. Então, vamos fazer o seguinte. ...já que a gente trabalha os dados a partir de um determinado recorte, vamos apresentar visualizações mais contextualizadas. Nesse caso, é esse o dados sobre mulheres eleitas no Brasil, sobre diferença de raça, tudo bem, a gente fez uma série de cards. Mas tiramos a sessão por causa disso. A demanda pautava a produção. Nossa, tem muito tempo que a gente não tem um dados de bolso. Tem que fazer. E a gente ficava nesta encruzilhada.

Porque algumas matérias vocês abrem os dados e outros não? Porque algumas reportagens não disponibilizam dados completos (ver análise subjetiva).

O que a gente tem combinado é que sempre que é possível, se a base não é confidencial. A gente já fez até declaração de assinar que aqueles dados não seriam disponibilizados. Sobre o recorte, não acompanho no dia a dia porque a base foi diferente. A Natália Leão que é a coordenadora de dados, poderia mandar email pra ela. O que a gente fazer é disponibilizar a base de recorte para que as pessoas possam trabalhar com outras possibilidades. Mas não tenho esta resposta clara.

Na seção coberturas especiais, em algumas matérias não estão acessíveis.. Mulheres no esporte. Música pop...(links foram corrigidos)

O que acontece algumas vezes é demorar para carregar mas deveria aparecer. Vou olhar...Não tenho o percentual de matérias que têm dados abertos. Com certeza não tenho. A gente não faz este tipo de verificação métrica. Vamos fazer um jornalismo consistente orientado por dados. E trabalhar tb com matérias que possam contribuir para o debate que não necessariamente venham orientados ou guiadas ou por uma base de dados; que tenha uma base de outras fontes.

Marília Ferrari (entrevista realizada em 9 de fevereiro de 2021 via google meet)

Qual o critério para inclusão da reportagem na Seção Dados abertos?

Eu posso responder sobre o processo que passa pela area de design até a matéria ser publicada. Não sou eu quem faz esta transição de pegar uma planilha

cruzada e disponibilizar no site. Então, eu não entendo muito bem como isso acontece aí...Mas, o que eu posso te dizer é que normalmente a partir do momento que a gente define um caminho para as visualizações, a gente acaba usando mais planilhas. Ou eu vou conversando às vezes com a própria reporter, às vezes com a analista e a gente chega em um cruzamento novo de dados e a gente gera uma novo planilha que sou eu que faço. A partir deste momento, a matéria é publicada e aí eu acho que existe um produção outra de matéria que não está oficializada.

Não está consolidada de uma forma que possa ser visualizada pelo leitor?

Existe este movimento da gente oficializar sempre as últimas versões com os dados que a gente usou e às vezes até, mesmo que não seja cruzado, das bases que a gente tirou as informações. Mas as planilhas finais mesmo, não. Então eu acho que tem esse trabalho que acaba passando. Aí eu não sei te dizer exatamente porque não chega na matéria.

Conhecimento autodidata?

Sou formada em arquitetura. Eu sempre trabalhei com design em várias frentes. Trabalhei muito mais com editorial de livro, como freelancer, desde de apresentação até evento, trabalhava FLIP (Feira Literária Internacional de Paraty). A visualização de dados chegou na minha vida, assim, eu amava já mas não sabia muito do que se tratava. Eu trabalhei, na verdade, na revista Bravo. Minha experiência com o jornalismo foi dois anos trabalhando na Abril. O trabalho mais leve, o trabalho se concentrava todo durante a semana. Era divertido mas era bem diferente. Eu acabei chegando na Gênero e Número e comecei a conhecer a visualização de dados enquanto eu fazia. Minha prática de design ainda está em processo de entender o tempo do jornalismo, entender e me aprofundar nas questões da visualização de dados.

Qual o seu papel na GN?

Todas as matérias que têm visualização são feitas por mim ou pela Vitória Sacagami, que é a nova designer. Ela vem do design, estudou visualização de dados. Ela tá vindo com uma contribuição muito legal. Mas todas as matérias, em algum momento, passam por nós. Quando o meu nome tá lá, e o da Vitória também, que

agora tá começando mais, é quando a gente participa desde a criação da pauta. As planilhas, quando a gente sugere e constroi a busca dos dados ... Tem o momento quando chegam os dados e a gente vai entender o que funciona e o que não funciona dentro daqueles números e o que a gente quer mostrar com aquilo. Então, às vezes a gente acaba direcionando a pauta nesta conversa. E esta conversa chega antes ou ela chega mais no final. E muitas vezes chega só uma planilha pra gente representar aquilo visualmente. A gente desenha da forma que fica mais compreensível. Tem alguns níveis do quanto o desenho influencia na construção da compreensão ou se apenas expõe uma ideia que é da jornalista.

Para você, existe esta figura do jornalista de dados? O que vc agrega?

Sobre a questão do jornalista de dados, eu não estou tão inserida na discussão do jornalismo, em si. Porque sempre estive um pouco mais para o design e recentemente tô entrando nisso. Eu entendo que o que eu faço é jornalismo visual, que eu tô aprendendo...entrando neste campo. Eu me baseio em dados, na prática do jornalismo, eu não sei como ela funciona, então. Claro que eu sei, pela experiência das pessoas, mas eu não sei fazer. O que eu sei fazer é o jornalismo de dados. A contribuição para construção de narrativas. Existem várias formas de falar sobre as coisas. Pode falar com palavras, com imagens e a visualização de dados é uma forma de construir também. Mostrar ...olha os dados, olha aquele planilha...Não tem como listar ou fazer relações matemáticas em palavras. Não dá para ver numa planilha e aí quando vc transforma isso em imagem, vc consegue encontrar e mostrar novas relações e caminhos para seguir, pra comunicar, pra entender novas coisas no mundo.

Na minha formação como arquiteta, a gente estuda muito forma. Além de estudar projetos, tem muito a ver com forma, volume área, escala. Então, tem uma contribuição aí de ser muito intuitivo. Transformar uma forma e outra. Conseguir entender relações entre espacialidade que ajudam a construir compreensões visuais.

O que é tratamento jornalístico? Existe um corrente que diz que o jornalismo de dados é data-driven, guiado por dados.

Sobre a produção visual do jornalismo de dados, eu entendo que a prática de olhar para a planilha, de buscar dados, às vezes pode levar para lugares não coerentes, com certeza pode. Lugares que não estão corretos. Do meu ponto de

vista, seria organizar a visualização, jornalismo visual baseado sempre em dados, buscar nestas planilhas e informações e histórias, resultado que faça sentido, ou um caminho de humanizar aquilo. Daí, cruzar com outras informações, não olhar o número pelo número. Olhar o número contextualizando sempre

Qual a sua participação sobre a decisão sobre as fontes? Como é o relacionamento com a equipe? Existe alguma tensão? Conflito na condução da matéria .

Eu não participo de todas as reuniões. Teve um momento que eu participava de tudo mas não dá tempo de abarcar tudo. No meu ver, tem um conflito que não é realmente um conflito mas é uma situação a se desenvolver na Gênero e Número...tem muito mais espaço para o design participar mais ativamente da construção das pautas. Nunca chega no momento das fontes. Posso até ouvir na reuniões mas nunca estou ativamente participando. Vou para o outro lado que é olhar para os dados mesmo. Mas eu acredito, olha a polêmica, que a gente deveria estar mais presente desde o começo porque quando isso acontece a gente chega em visualizações de dados muito mais complexas. Mas a gente não tem como fazer sempre assim. A gente tá caminhando para um lugar onde a gente tem matérias com visualizações mais complexas, mais completas que trazem muito mais informação e tem o caminho de matérias que são mais tradicionais, com texto, fonte e entrevista.

O designer tem um leque mais amplo. Mídia Ninja tem vários designers. Você conquistaram mais territórios? Fora da GN, vc percebe algum ranço?

Eu tava lembrando como era jornal, como é jornal até hoje, que tem o diagramador. Não é nem designer. Em editora de livro tem quem faz só composição. Vc pega o texto e formata. Eu fico muito chocada porque como designer, não só dentro da GN, mas, talvez por ter vindo da arquitetura, meu trabalho sempre foi de dar ideias, entender comunicação, sabe? De pensar em comunicação para além do visual. Não há uma forma só de comunicar. Então, o design tem esta característica, de pensar formas de comunicar. O visual é uma forma que pode mudar o conteúdo, pode trazer novas camadas de conteúdo. Mas existe sim este imagem do designer como a ponta final.

A visualização pode aumentar a evidência da informação e se contribui para a qualidade da reportagem?

(A visualização) complementa, contribui e justamente por ela trazer informações que seriam impossíveis da gente entender se não fosse um gráfico bem feito, sem a escolha certa dos elementos visuais. Não qualquer gráfico. Uma visualização que entendeu qual a informação que está ali, que entendeu quais são as cores necessárias, entendeu a espessura das linhas que vão fazer aquelas formas se relacionarem de um jeito que vai trazer uma informação ali que se tivesse sido feito de outro jeito, aquela informação não se evidenciaria. A gente não teria uma relação que é precisa porque ela é bem matemática. Um pouco diferente de falar de infográfico, ou coisas que não são muito precisas. A gente sempre preza pela precisão visual porque ela vai trazer a diferença entre duas formas que em números talvez fosse pouco. A correspondência ou a porcentagem... não, mas vc consegue entender que aquela diferença é muito grande. Isso não ficaria claro se não fosse o desenho.

Você acredita do jornalismo de dados contribui para reforçar a credibilidade?

Não teria como dizer que não... Tô pensando se não ter a visualização de dados se a credibilidade é menor? Não sei mas a visualização de dados atinja mais pessoas e por isso ela vai ser mais compreendida?

Em termos de dados abertos?

Com certeza, ter acesso ao material bruto reforça a credibilidade principalmente pessoas que venham a usar estes dados vão ter uma referência, uma coleta de dados organizada e disponibilizada para desdobramentos. Simplesmente só um botão, acho que alguma coisa que está num nível mais profundo. Tendo um botão comum, o leitor vai falar os dados “ahh, os dados estão aqui...”.

O que é precisão pra você?

Existem práticas de visualização de dados que são bem precisas. Pegar um formato e colocar duas imagens parecidas... Duas formas diferentes em relação ao número. Uma bola tamanho 100 e uma um pouco menor tamanho 80. Aí vc está induzindo o leitor a olhar para a imagem quando o número está diferente. A gente

tem um rigor muito grande em como desenhar pra que aquele desenho corresponda e represente os dados de um forma coerente e não imprecisa. Por exemplo, a escolha da escala. Quando é um mapa, a escolha das cores. Neste sentido que eu falo de precisão. Quando você está fazendo uma entrevista com alguém, é difícil pensar quantitativamente assim. Mas no jornalismo de dados até a visualização de dados pode tirar a credibilidade de uma matéria se ela está mal feita.

E quando não cabem os dados?

Tem um mundo ideal. Todo tipo de assunto poderia trazer visualização que puxe uma outra informação. Pra mim, no mundo ideal seria sempre possível mas às vezes na coleta de dados, por algum motivo, a gente não recebeu os dados ou foram insuficientes. São bons para falar sobre, para escrever sobre. Para uma visualização, no momento do fechamento de uma matéria, “Então, agora o limite da construção foi esse.” A gente não conseguiu os dados que trariam uma visualização de dados com informações que agregassem e não só repetir um dado muito claro por escrito, que está no título da matéria.

Em Open box da Ciência, fica muito clara na visualização do mapa como a produção é muito maior no Sul e no Sudeste. Vc marca Norte e Nordeste, diminui muito a produção.

Eram 250 pesquisadoras naquela visualização. Uma lista com 250 pessoas relacionado estados onde estão não faria sentido. Facilmente a visualização contextualiza. Traz panorama da região, de raça. Então, neste sentido é para isso mesmo que serve mais que para entrar no profundo é para contextualizar.

Mas ao mesmo tempo também vocês tem a capacidade de aprofundar o assunto, de desdobrar várias frentes?

Foi uma produção coletiva. A partir do algoritmo que a Natália fez, a gente começou a construir a planilha com informações que a gente ia coletar de cada uma das pesquisadoras. A partir de conteúdo mais sólido que ela me passou, eu comecei a desenhar quais as categorias que a gente pode mostrar, região, número de artigos, o que estava sendo coletado. Teve coisas que não estavam (sendo coletadas) e eu solicitei, por exemplo, número de premiações. De coisas que ela me passaram como possibilidade. A partir daí desenhei os códigos que seriam usadas para cada

categoria. Tamanho de cada bolinha tem um significado. A posição tem outro. A cor tem um outro. Destrinchando quais seriam os códigos. Voltando para Natália e Giulliana para a gente conversar sobre isso e aí, no fim, só ficou pronta mesmo quando o desenvolvedor (no caso a Mariana) fez o código, quando colocou os dados e a gente passou a ter uma panorama.

No caso do projeto, vocês precisam de parceria com o desenvolvedor porque é mais sofisticada? Precisa de uma expertise (Reino Sagrado da Informação).

É...

Interessante como vocês fizeram a interação que dá para saber qual o nível de contribuição. Vc tem dados sobre a o acesso no Open Box. Qual o nível de interação do leitor? Para uma pessoa que não tem familiaridade, poderia ter dificuldade de navegar?

Isso é uma questão constante. Eu tô entendendo isso porque fui eu quem fiz ou tenho esse olhar pronto? Dentro da redação todo mundo entende mas tem sempre uma pessoa que diz “cara, tem que ser mais simples”. Então, a gente sempre busca o mais simples possível. Mais acessível. Mas nem sempre é possível. A gente tem que fazer escolhas. Ou aprofundar, e aí nem todo mundo vai entender. Enfim...

Você está falando da twitter e das conexões...Quem é seguido por quem...Quando tem um projeto assim, tem orçamento, tem um limite de quanto a gente consegue investir no desenvolvimento. Então, tem esse bloqueio do desenvolvimento. Talvez se fosse um projeto que sempre fosse atualizada, vc consegue avançar mais na usabilidade. Tem várias questões que a gente tem aprimorado, como usa (a interface), como entender cada elemeno visual, aprimorando os bugs (nota de rodapé). Se a pessoa não sabe o que é o twitter, a pessoa não vai conseguir.

É importante explicar a metodologia?

Ensinar a pessoa que está usando o que aquilo significa. Não simplesmente deixar lá para quem for entender que leia. A gente tem tentado cada vez mais ser gentil com o leitor. De uma forma bem clara.

A princípio, o mais interessante da visualização de dados é o conteúdo que ela traz, não ela por si, pela forma. Não é para ser incrível, tecnológico, super interativo. A ideia é a trazer uma narrativa. Mostrar o que a gente quer trazer com esta informação. Mesmo a questão da interação é bem controversa. Coloca uma interação que vai mais atrapalhar do que guiar para um lugar que você quer mostrar. Pode abrir para muito coisa, mas não vai abrir para aquilo que vc tá querendo mostrar. Ou ela não vai abrir para nada porque você não vai entender. Vai ficar só clicando lá como se fosse um joguinho e não vai entender nada. Acho que o importante é trabalhar com a base da informação que faz sentido ali. Não simplesmente partir para uma solução mais visual.

A questão da confiabilidade dos dados. Qual o papel do fact-checking?

Eu me sinto muito segura de trabalhar com dados, mexer nos dados, mexer nessas bases, sabendo que depois a Natália vai olhar, vai fazer uma checagem daquilo, uma revisão. As jornalistas muitas vezes pegaram erros meus visuais, de trocar informação, tipo este número está no lugar errado. E sobre a base, a Gênero e Número tem uma responsabilidade muito grande de buscar dados confiáveis. Limpar dados de uma forma muito responsável. Pegar erros e entender o que fazer com aquilo. Mas este processo dos dados chegarem na minha mão, eu mexer neles, aí eu sempre tento retornar para a revisão para ver se tá tudo certo.

Vc percebe um passo a passo nas reportagens?

Tem uma ideia, uma pauta. Em paralelo às fontes que são levantadas, as analistas, a Natália e a Flávia, ficam responsáveis por pesquisar em alguns lugares as bases e trazer para a repórter. Nesse momento, no nosso mundo ideal é que o designer entre aí. Então, a gente tem essas planilhas e esses dados, vamos conversar sobre essas bases para continuar construindo. Isso nem sempre é possível mas quando é possível é muito bom. Porque as visualizações podem caminhar ao mesmo tempo em que a reportagem está sendo escrita. E muitas vezes acaba saindo algo mais visual. Qdo é possível, a gente faz visualizações em cima dessas bases, isso não acontece mais tanto, isso acontecia antes mas agora por questões estruturais, a gente não tem feito tanto assim. Faz visualizações e gráficos bem simples, num Tableau, no Flourish, aí volta, olha em cima disso. “Tem essas aqui, o que vocês acham? A gente vai conversando em cima do que existe.

Viés dos dados

Com certeza é muito manipulável. Não é só um número. É a relação daquele dado com uma informação que você vai colocar. Tem uma questão de viés que é a coleta de dados. Não existem dados sobre LGBT. Tem coletas de dados que não são feitas. Pedido de ajuda. Não existe a coleta. Muito menos dados que deveria ter. Esse tem esse debate interno muitas vezes. Pesquisa eleitoral ignorar margem de erro. Às vezes, deixa-se de usar regras, tipo de número em relação a que. Se não é um número bruto, você relaciona isso com outro dado. Covid tem muito mais casos mas o estado é muito maior. Outro estado é pequeno e tem muito mais casos. Tem um universo alí para a pessoa mexer nele como quiser. Neste sentido, tem a questão da precisão, encarar aquele dado em relação ao que ele realmente significa e pensar no contexto também. Porque muitas series históricas tem um ano que baixa muito mas porque isso acontece. Cai brutalmente. Tá faltando alguma coisa aí. Tem que investigar porque está caindo e não simplesmente publicar esta notícia.

Quando a coleta não está clara? Procuram especialistas? Voltam ao fact-checking? Como vocês evitam equívoco?

A analista e a repórter, dependendo de onde vieram os dados, ligam pra checar. Vão atrás. Em última instância, a gente não usa. Se tem dúvida, é melhor não usar.

Diferença entre linha europeia e Americana.

Fico pensando como um todo no mundo visual. Como os Estados Unidos vão para a forma por si e a escolar europeia foi mais sobre conteúdo e resultado do conteúdo. Nesse sentido, pensando em referência de construção de dados, o Alberto Cairo não é da forma. Ele não é Americano mas atua nos EUA e tem uma grande influência. Mas realmente a maior parte de interações interativas são americanas.

Você percebe uma conexão entre jornalismo de dados e o movimento Open Source. Por que a grande imprensa porque não abrem os dados como as três agências em tela?

Sobre a grande imprensa, tem um tipo de pensamento que é o furo, esse dado fui eu que pense, corre atrás da exclusividade, que é uma coisa que

completamente ultrapassada mas eu vejo a grande imprensa reproduzindo esse tipo de atitude. O jornalismo de dados é uma parada muito essencial pra democracia, trazer para o grande público dados e bases, informações que estão escondidas ali em algum lugar que ninguém tem acesso. Trazer o acesso tem a ver com este processo de democratizar todos os acessos. E compartilhamentos.

A questão da transparência.

Com certeza ...Mas passando por vários filtros que é o filtro da escolha das palavras que vão estar no título até o que vai estar escrito na própria visualização. Então tem vários filtros para chegar na base de dados. Tem vários passos para que esta transparência se mantenha.

Vc percebe essa questão recorte que é feito?

Não tem como não ter. Trazer os dados à disposição é uma contribuição muito grande para transparência, para ter acesso aquilo. Nos portais, mesmo que os dados estejam acessíveis, eles não estão acessíveis de uma forma muito coerente. Isso é um trabalho que a gente tenta fazer que é limpar as bases. Organizar e fazer que os dados façam sentido para alguém que vai abrir aquilo.

Eleições. 2018/ 2020.

A gente tem uma ferramenta interativa que é escolha seu candidato. Em 2020, está separado na página de eleições. É uma ferramenta interativa que teve muito acesso. Chamou uma pessoa para ajudar . É serviço principalmente. No caso que perguntou sobre o termômetro no Open Box, ele não é tanto um serviço. É mais para continuar mostrando a disparidade. Por mais que tenha milhões de iniciativas, uma vida acadêmica muito ativo, você continua lá atrás no termômetro (visualização da reportagem que mede a contribuição acadêmica).

Vc acha que a GN humaniza os dados?

Acho que tem uma preocupação na parte da atualização, e mesmo da construção das pautas. Contextualizar e entender o que aquilo significa dentro da história que a gente tá contando. Contextualizar é bem a questão. Entender se aquilo número faz sentido ali, de onde ele veio, quais são as relações com outras coisas próximas. Isso é uma coisa que a gente faz pouco e poderia trazer mais para o leitor

que não está acostumado com visualização de dados. A gente tem a preocupação de trazer aquele dado para um context bem ...se eu falar humano não faz sentido nenhum. A escolha de pegar os dados e fazer pequenos recortes e trazer informações mais específicas e menos complexas apresentadas num gráfico interativo. Recortar e trazer o passo a passo de um raciocínio, isso ajuda a trazer para a realidade. Sempre a questão de fazer entrevistas, falar com fontes, trazer para mundo real, isso faz com os dados corroborem o que está tratado de outra forma.

Natália Leão (entrevista realizada no 10 de fevereiro de 2021 via google meet)

Natália, pode contar um pouco da sua história?

Tenho 36 anos. Sou socióloga e foi quando eu comecei a mexer com dados. Já sabia na graduação que eu queria estudar desigualdade. E dentre os professores, eu escolhi para me orientar um que era muito forte na questão dos dados. Eu sou de Juiz de Fora, fiz graduação lá. Esse professor se chama José Alcides Figueiredo Santos. Ele é bem diferente, no estudo de classe social dentro da sociologia. Então, ele foi um grande incentivador. Eu entrei pela ação por cotas, não sabia inglês . Eu tinha muito dificuldade nesta área dos dados, não só por vir da área de humanas mas também porque tinha essa barreira da língua porque muita coisa é em inglês. E ele traduzia apostila de software estatística para mim para eu poder aprender. Então foi um grande incentivo.

A partir disso, fui fazer mestrado na UFMG que tinha um curso referência em estatísticas para a área de humanas e depois vim pro Rio. Eu me capacitei na UFMG. Fiz todos os cursos que eu poderia fazer nesta área de estatística para Ciências Humanas e vim fazer meu doutorado no Rio. Mas já em Belo Horizonte eu trabalhei inicialmente dando aula e depois entrei numa empresa que dava consultoria de pesquisa. Na época que eu trabalhei era para o estado de Minas e o estado de São Paulo, a secretária de Educação destes dois estados. E aí vim para o Rio fazer o doutorado. Daí surgiu esta vaga na Gênero e Número...Na verdade, surgiu uma vaga anterior para analista de dados eu me candidate e acabei não passando mas a Giulliana falou “vou guardar seu contato” e aí, um ano depois, ela quis criar a parte de cobertura política e ela me convidou para trabalhar lá. Foi assim

que eu entrei na Gênero e Número, para trabalhar especificamente com dados de política. Isso foi em 2018. Tava quase completando um ano.

Na sessão de dados, tem duas ou três matérias com seu nome. Você participa de reportagens onde seu nome não aparece?

No final do ano de 2018, já começou a vir uma demanda muito grande nesta parte de dados, principalmente com outros projetos que eu estava fazendo, não somente o dia-a-dia da GN. A Giulliana me ofereceu aumentar minha carga horária. Mas com o doutorado, eu disse “não posso senão eu não vou terminar o doutorado”. Eu indiquei outra amiga que estava terminando e ela entrou nesta parte de dados da Gênero e Número. A Flávia Bozza. A Flávia acabou pegando mais os dados do dia-a-dia da Gênero e Número e eu fiquei com os projetos especiais, que é mais projeto de pensar pesquisa e analisar os dados dessas pesquisas. Eu me tornei coordenadora de dados nesse campo. Então é assim, a Flávia assina hoje muito mais porque eu estou num papel de coordenar a equipe de dados, de tirar alguma dúvida que as pessoas não saibam mexer. Mas estou dedicada principalmente nos projetos especiais pra ver mais esta parte da pesquisa. O Reino Sagrado, o Mapa da Violência de gênero, o Open Box da Ciência, um estudo sobre religião e política, a pesquisa sobre mulheres na pandemia.

E a cobertura das eleições?

Foi um trabalho que eu comecei a fazer no início da Gênero e Número e eu tive o trabalho de repassar tudo, como mexer com a base de dados do TSE mas quem se dedicou foi a Flávia Bozza.

É possível fazer sem uma equipe multimídia? O que você no processo?

Assim que eu entrei, a gente tinha uma reunião de pauta, discutia as pautas e, a partir disso, eu ia buscar os dados. A partir do ano passado, era uma ideia desde que eu entrei mas implementou mesmo no ano passado (2020). Mudou. Primeiro a gente vai atrás de todos os dados disponíveis e, a partir destes dados, a gente começa a pensar em pautas que tem a ver com Gênero e Número. Então, meu trabalho é de buscar não só dados e ver o que falta de dado e o que a gente pode fazer, o que não tem. Teve uma pesquisa sobre eleições e o público LGBT, é uma demanda. E buscar

também parceiros. Como eu estou na academia ainda, buscar alguém que já estude isso para fazer uma parceria com a Gênero e Número para realizar pesquisas.

Então, eu faço toda esta parte e também a parte da coleta de ir lá no sites do IBGE, do INEP, baixar os dados e trabalhar em cima dos dados, olhar o dicionário de dados, o que a gente pode explorar em cima daquilo e separar. Então eu monto uma planilha de Excel que é o que todo mundo sabe mexer na Gênero e Número. Eu recorro no R que o software que eu mais uso. E salvo tudo numa planilha de Excel e deixo numa pasta com dados, separados por temas. Educação, saúde, pra todo mundo que quiser acessar ou quiser ter alguma ideia, poder acessar e ver o que está disponível ali.

Quando você fala dados que não existem, vocês procuram levantar LAI, qual o procedimento quando vocês esbarram na ausência dos dados?

Quando não estão disponíveis mas existem, a gente usa a Lei de Acesso à Informação. No início, quando o Mapa da Violência de Gênero surgiu, os dados de notificações de agravo de saúde não eram totalmente disponíveis. Tinham algumas perguntas do questionário que não eram disponíveis publicamente para acessar. Só por meio de LAI. Então, eu solicitei esses dados porque tinham algumas coisas, principalmente sobre orientação sexual e identidade de gênero. Eram muito importantes porque a gente queria criar a sessão LGBT. Eu pedi através da Lei de Acesso à Informação originando estes dados.

Mas tem dado que realmente não existe. Um exemplo prático. Nesta pesquisa sobre mulheres na pandemia a gente queria saber algumas coisas especificamente sobre serviço doméstico. Você dobra a roupa de cama? Quem lava a louça? Algumas coisas que tem em bloco nas pesquisas do IBGE mas não tão específico e a gente queria saber. Então a gente fez uma parceria com a SOF (Sempreviva Organização Feminista). Então, vamos rodar uma pesquisa e perguntar isso especificamente. Então é isso. A gente buscar um dado que não tem em nenhuma plataforma que a gente quer trazer. Quando eu falo de dados que não existem, é realmente dados que não tem no Brasil e a gente faz uma pesquisa para coletar esses dados. A gente aplicou o questionário.

Vocês partem dos dados para pensar as pautas?

O novo processo está sendo assim. Em 2020, principalmente porque a gente começou a ver que a gente tinha muito dado levantado que a gente não tinha explorado praticamente e sempre ficava assim; “ah, vamos trazer pauta nova”. Mas aí era aquela luta. Não tem dado, não tem dado. E a gente acabava acumulando muito dado e não usando. Então, a gente falou, vamos primeiro organizar a casa, ver o que a gente tem, o que a gente pode explorar, o que a gente pode atualizar porque senão acaba criando um conteúdo que fica perdido. Vamos reviver os nossos conteúdos, o que a gente já tem. Essa mudança foi muito nesse sentido, poder aproveitar o trabalho que já foi feito até hoje na Gênero e Número. Primeiro vamos olhar aqui os dados que a gente tem e ver o que se pode fazer. Isso não significa que não podem surgir pautas novas. Às vezes alguém chega numa reunião e fala “eu penso que a gente podia fazer alguma coisa sobre isso”. A gente vai e olha. Temos dados sobre isso? Não temos? Então, vamos por esse caminho também.

Reportagem sobre trans...já tinham dados consolidados ou a pauta surgiu na reunião?

Já tínhamos no Mapa da Violência de Gênero.

É fundamental a equipe ser multimídia? Que valor você agrega como socióloga?

Não necessariamente a equipe precisa ser multimídia. Pode ser que uma pessoa tenha todo esse conhecimento. Eu sou socióloga e eu trago um conhecimento de dados quando esse é estatístico. O meu diferencial é que eu tenho essa visão da sociologia para os dados, de olhar os dados e ver além dos números. Até quando não faz sentido. Eu vejo um dado sobre violência e está me mostrando alguma coisa que a teoria toda que eu conheço diz ao contrário. Eu falo: “não, esse dado está errado. Eu questiono os dados. Já fiz muito curso na estatística, na saúde coletiva dentro da epidemiologia, em que as pessoas dizem, o dado é que te diz. Você joga no programa e o que aparecer saltando aos olhos, é aquilo ali. E não é isso. Isso me incomoda muito. O dado pode estar errado, a coleta do dado pode estar errada. Não é só um órgão público reconhecido que não vai errar. Órgão públicos muito renomados já erraram com dados. A gente tem que ter um visão para os dados desconfiada. Esse é meu olhar. Eu percebo que a realidade não diz isso. Então, vamos investigar o que está acontecendo.

O que faz você ter esse feeling? Como vc opera para evitar a coleta equivocada?

Muito é do conhecimento teórico que eu tenho pela minha formação. Acho que isso é o principal. O meu processo de trabalho no dia-a-dia é isso. Eu sempre vou pegar um banco de dados para mexer. Eu calculo o tempo de hora que vai me levar aquele trabalho e o tempo de hora que eu tenho disponível. Uma coisa muito ruim de mexer com dados é ter que parar na metade. Isso não funciona. Às vezes minha hora de trabalho acabou mas eu precisaria de uma hora a mais. Eu tenho essa maleabilidade na Gênero e Número de falar hoje eu vou trabalhar uma hora a mais. Amanhã eu desconto essa hora porque é importante para o meu trabalho aqui. E tem outra coisa também, quando (a pessoa) está muito cansada, mexer com dado é complicado. Se tiver um tela cheia de número, você tem que ter muita atenção e estar com olhar descansado em cima daquilo. Se estou muito cansada porque dormi mal a noite, eu penso “não vou mexer nisso hoje”. Tem outros trabalhos que eu posso fazer que não demandam tanto tempo, Eu ter muita noção do meu estado de espírito para mexer com aquele tipo de coisa no dia, isso me ajuda muito a não errar tanto. Mas o que eu também busco fazer, eu sempre falo, não sou uma programadora Tem uma diferença muito grande.. Eu sou curiosa e tento aprender cada vez mais sobre dados, análises de dados mas eu não tenho formação e o conhecimento que um programador tem. Mas eu fico buscando em cima disso por que? Eu tô lá mexendo e tem um código que eu escrevo em 50 linhas. Eu quero sempre diminuir este código para eu escrever ele em duas linhas. Isso é possível dentro da programação. Isso diminui a minha chace de erro e a chance de errar no trabalho. Por que eu sempre checo. Eu rodo uma tabela, eu vou confeir. No dia seguinte, eu volto aquela tabela pra ver se realmente é aquilo. Peço a alguma que está na redação para olhar par ver se encontra algo. E sempre aparece. Sempre alguém olha e fala “ achei isso aqui estranho”. É esse número mesmo? Eu vou lá e confirmo. Esse trabalho de ter sempre alguém revisando é muito importante porque é um monte de planilha e é muito fácil vc errar um número ou recortar e colar alguma coisa errada. Esse trabalho de revisão é um coisa que a Giulliana sempre bate em cima na Gênero e Número que tem que existir, que tem que revisar, que tem que voltar. E isso é uma coisa que acontece muito.

Dá para vc explicar melhor qual a diferença do códigos?

Basicamente o conhecimento de programação porque o R, diferente de outros programas estatísticos. Os outros tem uma linguagem pronta e você tem que encaixar coisas dentro daquela linguagem. O R te dá uma página em branco para vc escrever o que vc quiser. Você pode carregar um pacote com uma linguagem e escrever em cima daquilo. Mas você também pode criar uma função matemática que vai fazer aquilo de uma forma mais rápida. E isso é muito da programação mesmo, sabe? Sabe programar e escrever aquela função matemática. Para todos os anos daquele banco de dados do censo, eu quero que faça isso. Ao invés d'eu ter que abrir cada ano de censo e ter que fazer aquilo para cada ano (como uma ferramenta de busca no google, compila a partir de palavra-chave). Então é resumir numa função matemática e mandar o programa rodar aquela função matemática.

É frequente encontrar erros?

Isso varia de acordo com o tempo que se tem para realizar o trabalho. Quanto menor o tempo maior a chance de erro e eu vejo que isso realmente acontece. Quanto menor o tempo, mais importante é mais gente checar. E normalmente é assim que acontece. Véspera de lançamento de um projeto especial. Todo mundo no mutirão checando tudo e é isso. Quando é tipo agora, estou trabalhando em um relatório que a Gênero e Número vai lançar e aí eu fico mais tempo. Já tive mais meses para baixar os dados. Aí, eu vejo que teve pouquíssimos erros.

Teve um que foi na hora de exportar os dados que eu tava pegando direto do site do IBGE. Eu não estava exportando da forma correta. Eu fui buscar outros meios. Foram coisas muito esporádicas. Mas tive mais tempo, pude trabalhar cada ...guia com calma 25:01. Mas isso nem sempre acontece. Às vezes, um banco de dados está muito ruim. Esse dado da saúde do Mapa da Violência de Gênero...o banco de dados é muito ruim de mexer porque as variáveis vieram todos juntas. Eu tive que ficar separando cada coisa. Era muito mais complexo de mexer naquilo. Eu pensei que eu ia demorar um tempo x para realizar aquilo. Depois que eu comecei a mexer eu vi que tinha várias coisas que eu ia ter que fazer que não estavam programadas. Aí ficou um pouco mais corrido. Aí eu fui falando com todo mundo e todo mundo foi checando tudo e aí retornava, olha isso e tal.

Todo mundo?

Quem tá envolvido naquilo diretamente na reportagem

Qual o passo a passo?

Tem um momento em que eu estou coletando os dados e separando o que é importante, o que a gente sempre usa. Em várias matérias a gente sempre dá qual a população atual por gênero e raça no Brasil. Isso é uma coisa que a gente sempre tem que fazer alguma referência. Algo que eu tento sempre deixar atualizado. Às vezes, deu uma folga aqui e estou atualizando os dados. Tô subindo na nossa pasta.

Muitas vezes, define a pauta... Muitas vezes, eu nem participo da reunião de pauta. 1) Os repórteres com as editoras vão lá, olham a base. Eu tenho um documento em que eu descrevo qual é a base de dados, qual o conteúdo ali. Normalmente, elas olham só este documento. Não precisa olhar a pasta inteira. 2) Na reunião se decide que é preciso recorrer a este ou aquele dado. 3) A partir daí eu vejo. Já tem na pasta. Tem mas não tem atualizado. Precisa baixar. 4) Aí eu baixo os dados, olho primeiro o dicionário de dados e abro o banco e vou conferindo. Esse dado do Mapa da Violência de Gênero, o dicionário tinha algumas perguntas que estavam escritas no dicionário, tipo se chamava sexo, a variável. Aí quando eu abria no banco de dados, não se usava este nome. Então, eu precisei ler documento sobre aquela pesquisa. Saber porque estava diferente daquela forma... Tem alguns desafios assim que aparecem. 5) Então, tem que primeiro olhar aquela base de dados e depois começa a gerar as tabelas. 6) Aí passo para a repórter que está escrevendo. Aqui estão as tabelas. Vão conferindo aí. Aí a Marília entra olhando. “Eu preciso do dado desse jeito, não preciso do percentual aqui, também preciso do dado bruto para eu fazer esta arte, eu preciso do dado bruto” (Marília).

Então é importante tanta a reporter quanto a Marília porque 7) são duas demandas de dados. Não necessariamente elas precisam do mesmo formato do dado. Eu preciso que ajustar a demanda para saber se continuo naquela linha ou se eu tenho que mudar a forma como eu utilizo aqui.

Quem trabalha pedindo acesso à LAI? Você ou a reporter

Já aconteceu de várias pessoas fazerem... Nos projetos especiais, eu escrevo uma nota metodológico sobre como foi o processo da coleta de dados e o tratamento

dos dados (especifica se foi via LAI). Nas reportagens, não vou te dizer porque nunca trabalhei com nenhuma especificamente que precisaria acessar.

No Reino Sagrado da Informação não precisou de nenhum dado da LAI. Foi no Mapa da Violência de Gênero que tenho certeza que a gente pediu. E a nota metodológica cita. Agora não precisou mais porque os dados já mudaram e estão disponíveis mas na época que foi lançado a gente não podia disponibilizar os dados porque, pela LAI, eu tive que assinar um documento me responsabilizando a não disponibilizar os dados (LER SOBRE A LAI), somente tabelas sobre os dados.

Sobre correção. Precisaram publicar errata?

Com dados que eu trabalhei não. Mas já aconteceu isso uma vez. Na verdade deu tempo de apagar a publicação no Instagram e republicar. Eu ou Flávia geramos o dado. Alguém, que não vou lembrar quem, mexeu no dado. Tipo, “vou criar outra percentagem aqui.” Fez de uma maneira que não estava correta e saiu errado. Agora, nenhum dado sai sem passar por mim ou pela Flávia antes. Tipo, “fiz isso. Confere?” A Natália ou a Flávia tem que conferir para depois ser publicado.

Sobre a confiabilidade dos bancos dos dados.

Para medir a confiabilidade, tem algumas coisas que, estatisticamente, a gente tem que fazer pra ver, principalmente gera uma tabela para ver o número de “não resposta” que tem aquela questão. Tipo raça, declaração racial. Se tiver um número muito grande de pessoas que não respondeu àquela questão, ele não é confiável porque ele não representa todo aquela população que foi pesquisada. Ou fazer um recorte de raça por idade e por região, se a gente quer focar nisso, tipo “as pessoas negras na região x”, a gente faz esta tabela para conferir. Meu banco de dados tem 400 mil respostas, quantas pessoas responderam isso? Se for um número muito pequeno, ele não representa aquelas pessoas. Então, não dá para usar. Isso é a regra chave para ver confiabilidade, a quantidade de respostas que se está perdendo sobre aquele tema.

Sobre dados abertos

A Gênero e Número passou por vários processos de reformulação. Começou com três sócias. Uma saiu. Depois outra saiu. Era sempre um recomeço do zero. Temos que começar tudo de novo. Inicialmente, uma pessoa trabalhava

com os dados . Essa pessoa saiu. E era um novo trabalho que começava. Isso é uma coisa que eu não estou deixando acontecer. Quero deixar tudo documentado. Tudo o que eu fiz, todo código que eu uso está documentado. Se eu saio amanhã, outra pessoa que entra vai ter acesso a tudo isso e vai saber atualizar isso. “Preciso atualizar o Mapa da Violência”. Já tem lá escrito o código que eu usei para a atualização do mapa. Só replicar aquilo. Isso não tinha. E esta questão dos dados abertos ficou esquecida durante muito tempo (falta de rigor?) por esta questão dos reinícios da GN. E também por ser...hoje a gente tá numa equipe maior mas era uma equipe muito pequena. Por questão financeira mesmo, era um dia-a-dia muito corrido.

A gente não tinha tempo. Então, eu tinha que escolher o que dava pra fazer. Não tinha tempo de montar a planilha pra disponibilizar para uma leitura. Ou então deixar a planilha pronta ou então, dados abertos...a gente não pode colocar no drive onde tá todo o documento da Gênero e Número para todo mundo ter acesso. Primeiro, tem que ver aonde vai disponibilizar. Primeiro , Então vamos criar outro drive só para gerar link para as pessoas e vamos começar a organizar isso. É um processo que está em andamento. Ano passado andou muito bem.

Existe uma tendência de abrir mais dados? Porque a Flávia vem participando de mais reportagens de dados...

A partir de 2020, quem escreveu a matéria manda para mim o link da matéria e o link dos dados que foram usados. Eu pego aquilo, coloco no drive dos dados abertos da Gênero e Número e repasso para as pessoas envolvidas na reportagem equipe um link para ser inserido na reportagem dos dados abertos. A reporter pega o link que eu enviei e tem que incluir aquele link. E também a gente tá tendo o controle maior porque tem um documento com o link da matéria e o link do banco de dados. A gente tem esse controle. Vamos atualizar esta material. A gente abre somente este documento e chega na planilha para saber o que precisa ser atualizado.

O viés é parte de quem coleta e parte de quem analisa. Porque a gente da Gênero e Número olha para os dados de uma forma que um portal bolsonarista vai olhar de outra forma. O Mapa da Violência de Gênero mesmo. Eu recebi críticas pessoais muito duras em relação ao LGBT me acusando que eu tinha inventado, que aquele dado não era disponível. Mas é porque eu tinha conseguido pela Lei de

Acesso à informação. Se a pessoa tivesse lido a nota metodológica teria vista que eu consegui desta forma. Foi uma coisa pesada e a gente chegou a escrever uma nota caso se estendesse isso. Acabou que morreu e não precisou publicar. Teve um blog em que o cara se dedicou a atacar o Mapa da Violência especificamente na parte LGBT. Tem muito isso. Esses dados de identidade de gênero e orientação sexual sempre teve ali. E nunca teve nada disso. Mas é porque ninguém nunca teve o interesse de explorar aquilo. Tem umas pesquisadoras, teóricas feministas da sociologia, que te tenho conhecimento, tem uma luta muito grande junto ao IBGE para entrar questões muito importantes na pauta de gênero, na questão do censo que teve esta reformulação. Teve também uma junta de pesquisadoras batendo na tecla que algumas questões eram muito importantes de ser acessadas. Como fazer pesquisa é muito caro, então a gente depende de dado público... porque a gente ir a campo para fazer um tipo que o IBGE, a gente não tem investimento para isso. Então, a gente trabalha em cima do que tem. Da nossa parte tá muito mais esse olhar diante do dado que tem porque eu acho que tem muita coisa para se explorar tb que não se explora porque não tem o interesse. Mas tem aquele dado ali e a gente vê o que pode fazer em cima dele.

Qual a importância da Lei de Acesso à Informação?

Por mim, todos os dados deveriam estar abertos. Nem deveria ter a LAI. Para mim, seria importante a Lei de Acesso à Informação para dados que existem como por exemplo, todos os dados coletados tem o CPF das pessoas. E eu poderia fazer uma análise em todos os bancos de dados inserindo aquela pessoa na pesquisa de saúde, na pesquisa de orçamento familiar, no censo, como está o ciclo de vida daquela pessoa. Isso seria muito interessante. A gente não tem isso. Mas aí não pode disponibilizar o CPF da pessoa. Mas a Lei de Acesso à Informação serviria para fornecer dados com identificação. Aí, o ministério responsável por aquilo cria um ID, um número fictício que substitui aquele CPF. Esta pessoa com aquele CPF tem esse ID em todos os bancos de dados. Daí, eu consigo seguir aquela pessoa mesmo sem identificar o CPF daquela pessoa. E isso seria muito importante e não é feito no Brasil. A importância seria nesse sentido. Mas porque você vai fechar os dados do CINAM?. É só para dificultar a vida de quem faz análise. Porque leva dois meses para ter acesso ao dado pela LAI, sendo muito otimista. Porque nunca pedi um dado e dentro do primeiro prazo, eu tive a resposta. Adiou tudo que podia adiar

e depois me respondeu. E muitas vezes a resposta é “os dados estavam lá”. Não estavam antes...

Vocês tem um tempo necessário para construir matéria com qualidade?

Desde que entrei na GN, a busca é sempre por aprimorar esta questão. Eu da parte dos dados, nunca senti uma pressão tipo “ah, eu poderia ter feito muito melhor se tivesse mais tempo”. Sempre foi o tempo suficiente.

Na questão de outras fontes? Vc sugere quem elas poderiam escutar? Como funciona o adicional? E até que ponto a GN está humanizando os dados?

Eu sempre estou indicando várias pessoas. Até mais de uma pessoa. Como estou na academia, conheço várias pessoas que trabalham sobre isso. Às vezes, eu falo tem esta professora, tem esta orientanda que tb estudo isso. Passo sempre os contatos e isso é muito legal. Também coisas em que nem estou envolvida diretamente mas eu conheço alguém e indico.

Humanização

Eu fiz um ano de doutorado em epidemiologia. Porque eu estudava desigualdade em saúde. E eu desisti. Por que? Porque não existe uma visualização de dados na epidemiologia. É o dado que fala e ponto. Isso me incomodou demais a ponto d’eu achar que não queria mais a vida acadêmica. Foi um processo individual muito duro pra mim até eu ver que não dava. E foi muito bom. A pessoa que era meu orientador continuou muito meu amigo até hoje. Foi muito entendido por todas as partes. Qdo me candidatei para a primeira vaga na Gênero e Número, vários conhecidos me falaram “é a sua cara”. Eu acho já tinha esta troca destas identidades, de ver que era isso, não era só o dado em si; que era importante mas não dá para forçar porque tem gente que fica torturando...Essa é a questão do viés...Tem gente que fala: “tem pouca resposta mas é importante usar, vamos usar mesmo assim. Isso não existe,. A gente está mentindo...A gente está fazendo uma coisa que não condiz com a realidade. A gente não pode fazer este tipo de coisa. Então, eu sou muito chata com essa coisa de dados. Às vezes, acaba até frustrando as pessoas. Eu falo: “gente, isso não dá para usar, esquece desse dado. Não dá para fazer”.

Por que?

Porque é um dado enviesado, tem pouca resposta válida. A informação do dicionário do banco está diferente da informação armazenada no banco de dados, quando eu não consigo entender por que e não tem nenhum documento que fala e nenhum órgão explicando o porquê. Não é confiável usar aquele dado para afirmar que é isso que está acontecendo. Tem coisa de reportagem: “eu posso falar que está dado está dizendo isso?”. Não pode porque não é isso que está dizendo. Gente, vamos construir esses dados diferente.” Eu também reviso o conteúdo depois de pronto. Ah, tem uma frase que falou que isso disse aiilo. Não gente. Esse dado não diz isso. A gente pode concluir que pode ser que esse dado indique aquilo mas não pode afirmar que é isso. Eu acho que isso tudo faz parte da humanização dos dados. Não só trazer vozes para falar em relação aquilo. Mas a forma como comunica aquele dado. Isso é uma responsabilidade muito grande.

A transparência e a abertura dos dados de alguma forma permite a verificação e contribui para a credibilidade daquela reportagem?

Com certeza e principalmente no mundo de fake new em que vivemos isso é fundamental. Abrir para as pessoas poderem rebater seu trabalho. Você fez isso de forma errada. Outro processo que a gente está iniciando esse ano é disponibilizar os códigos que eu uso para gerar os dados. Já está num processo de ser realidade na Gênero e Número. Disponibilizar o GitHub porque é importante as pessoas poderem replicar aquilo. Ou então até dar dica. “Ah, isso vc fez em dez linhas, dá para fazer em uma só. Fazer desse jeito, Tem muito essa troca”. É muito construtivo além de acrescentar mais ainda pra a transparência. Falar: “a gente fez desta forma, a gente não forçou o dado a falar nada que ele não ia dizer”. Isso está sendo construído para entrar na Gênero e Número 2021. Troca de informação

Tem Previsão?

A gente esbarrou em um problema lá atrás que eu falei. Porque eu criei o GitHub e descobri que já tem um Github oficial da Gênero e Número. Passei este problema para a Giulliana para ela descobrir quem tem acesso a essa conta, quem criou essa conta para a gente recuperar essa conta. Mas eu já tenho todos os códigos organizados e só resolver esse questão de acesso.

Quando você diz que desconfia de uma informação, você procura um especialista naquele assunto para checar um dado estranho, fazer uma checagem com uma fonte.

Eu não lembro de haver uma necessidade. Porque são temas relacionados à gênero e raça que a gente mexe e gênero e raça são temas que eu pesquiso já há muito tempo. Então, eu consigo fazer isso. Na maioria das vezes, vejo que tem alguma coisa e vou atrás. Tenho amigos que são professores universitários, que também pesquisam desigualdade como eu. É um grupo de pessoas que eu troco muito. Assim, de umas conversas de whatsapp mesmo...fala, “gente, tá muito estranho esse número aqui...”. “Ah, não. Na verdade, não é esta variável que tem que colocar. É aquela outra. É que essas são as pessoas de até 15 anos.

Eu consigo identificar que tem um erro e não é para ser usado daquela forma. E normalmente é isso. Quando você vai no questionário de dados, você consegue isso sozinho. Toda pesquisa tem os dados brutos, os microdados que você baixa e tem um dicionário de dados que explica as variáveis. A pergunta 1 é sobre sexo da pessoa. No banco de dados está com o nome sexo. 1 significa e 2 significa mulher. São muitas perguntas e esses dicionários são muito grandes. Normalmente a resposta está sempre ali. Você filtrou algum coisa errada aqui, você 1 no lugar que era 2. Queria ver só a área urbana mas a area urbana é o 2 e o 3. Você não juntou os dois. É o tipo de erro mais comum.

O que é precisão em termos de dados?

Principalmente você ter certeza que você não cometeu nenhum tipo de erro ou viés. É muito importante. Tanto a checagem como usar as pesquisas amostrais. Existe um conceito chamado termo amostral. Você tem que usar quando você fala que aquilo representa o Brasil inteiro. Porque é isso. O que é o peso amostral. Eu entrevistei uma pessoa, uma mulher branca de quinze anos. Quantas pessoas essa uma representa? Você pega e multiplica essa uma por dez. Isso é importante usar. Isso muito gente não usa Acho que tudo isso. A estatística é uma ciência exata. Então uma regrinhas, um checklist que você tem que seguir para chegar naquele dado e, a partir dali, ler dessa forma e *humanizar (relativizar?)*. Esse checklist é muito importante seguir e conferir o código porque é isso. É muita coisa. É como escrever um texto. Às vezes passou uma frase que você não colocou. Às vezes, você está copiando e colando um código e você copiou errado. Você renomeou uma

variável mas é a anterior ainda que você não renomeou direito. Tudo isso, essa checagem é muito importante.

Peso amostral é saber que você tem consistência naquela informação, que ela realmente que tem uma validação?

Não só em relação a isso. Sobre o que vc está falando. Vc está falando que representa a população brasileira como um todo. O peso amostral multiplica a amostra para a população. Eu pesquisei mil pessoas mas ela representa a população inteira. Então, tem que multiplicar. Existe todo um método estatístico para criar isso. Mas no banco, você tem que colocar vírgula e aquilo. Se você não colocar, você não está falando da população brasileira como um todo. Esses cuidados que você tem que ter. Muita gente começa a mexer com dados mas não lê o documento que é uma coisa chata. Mas é importante porque cada pesquisa é diferente e é importante ver aquele documento chato. Ah, não. Aqui a gente fez diferente. Isso que eu percebi no Mapa da Violência porque o cara não leu a nota metodológica. É uma nota técnica mas é importante a gente saber o que ali.

É importante que estas reportagens tragam a metodologia ou não necessariamente?

Eu acho que não precisa a não ser assim: “ah, eu precisei fazer alguma coisa muito incomum nestes dados e por isso tem a necessidade de explicar”. Normalmente, estou usando da PNAD, do site do IBGE, que tem tudo explicado. Não preciso reproduzir o que está escrito no site do IBGE. Está tudo lá para quem quiser entender mais sobre os dados da PNAD. Acho que isso seria cansativo para o público da Gênero e Número ter isso. Quem está interessado, tem meios super abertos para procurar aquilo. Então, eu acho que não é necessário porque ficaria uma coisa repetitiva demais. E o público não quer ler aquilo. Mas tem pouquíssimas matérias que eu usa algum dado que eu tive fazer alguma coisa incomum porque estava desse jeito. Então, é importante colocar. Ou a gente teve que juntar o dado que estava ali nesse banco com outro. Então é importante a gente falar que não veio só nessa fonte.

Reportagem candidaturas laranja.

Na Gênero e Número tem uma abertura. A Giulliana deixa...Desde de o primeiro dia, ela me disse: “se você quiser escrever alguma coisa, você tem toda abertura para trazer, escrever e tal. Se você acha que tem que assinar alguma matéria você pode trazer essa demanda. Mas eu não tenho essa demanda porque eu não sou uma jornalista, não é a minha formação. Eu mexo com dados, adoro a Gênero e Número e gosto muito da área da pesquisa. E eu ter esse campo na GN é muito importante pra mim. Então, eu não acho que o trabalho que eu faço com dados, seja um mérito para assinar aquela matéria porque o trabalho da repórter foi muito maior. Eu não me sinto à vontade. Muitas vezes, eu gero um dado para uma reportagem mas foi, para mim, muito simples. E eu vejo, acompanho todo o trabalho da repórter. Muitas vezes eu falo, me abstenho, não preciso assinar. Muitas vezes, eu tive um trabalho muito grande e as pessoas falam: “vamos colocar seu nome aqui porque você trouxe também uma fonte, você revisou tudo.” Foi um trabalho mais intenso. Mas num trabalho de dia-a-dia, eu não tenho essa demanda. E isso é muito pessoal e aberto na Gênero e Número e eu não tenho essa demanda.

Por que na grande imprensa não existe a prática de abrir os dados?

Não posso falar por experiência porque nunca trabalhei num grande jornal e não sei qual a decisão mesmo. Mas dentro do meio acadêmico eu vejo muito que tem um discurso que os dados abertos são muito importantes, que tem que abrir. Mas a pessoa teve financiamento público para fazer a pesquisa e na hora de abrir os dados...”ah, não. Porque tem que publicar isso primeiro. Espera aí. Eu não publiquei tudo. Tem dado aqui que eu ainda não mexi. E eu acredito que isso deva acontecer na grande imprensa também. “ah, eu usei só uma partezinha daquele documento; não explorei tudo. Então, não vou abrir enquanto eu não acabar e não fizer tudo que posso fazer para depois abrir. Deve ser muito por conta disso. Segurar todos os furos que eu possa dar para depois abrir para as pessoas. Vai que alguém olha isso e tem um olhar diferente do meu e explora uma coisa que eu não vi e eu perdi isso.

Vitória Régia da Silva (entrevista realizada em 12 de fevereiro de 2021 via google meet)

Conte um pouco da sua história

Tenho 25 anos, formada pela UFRJ/ECO. Vim para o Rio fazer faculdade. Cresci no interior de São Paulo mas sou de Alagos. Saí muito pequena e peguei sotaque paulista. Para começar, meu interesse no jornalismo sempre foi construir algo vinculado aos Direitos Humanos. A gente sabe que não é necessariamente o foco do jornalismo. Até porque eu sempre quis ser jornalista mas uma coisa que me fez ter certeza foi a Primavera Árabe que aconteceu quando eu estava no Ensino Médio e deixou claro que o poder da comunicação, o poder da censura também. Então, eu não tive dúvida que eu queria fazer jornalismo. Entrei na ECO e comecei a estagiar. Primeiro, estagiei foi na Fiocruz, trabalhando com Saúde. Depois trabalhei em outro veículo que não existe mais que fala sobre segurança pública. E depois fui estagiar na Gênero e Número. Quando eu fui estagiar na Gênero e Número eu já tinha um acúmulo do debate de gênero e raça mas não tinha conhecimento do jornalismo de dados. O que ajudou a preencher a vaga foi isso.

Nesse época, eu já era editora da revista Capitolina, uma revista online para jovens, então já tinha esse acúmulo de gênero e a partir do momento em que fui trabalhar na GN fui aprendendo a trabalhar com os dados; aprender o que significa o jornalismo de dados porque isso não foi uma coisa que eu aprendi na ECO. Nos últimos anos isso mudou na ECO. Os alunos aprendem o jornalismo de dados mas quando eu entrei não. Nunca pensei nessa possibilidade de trabalhar com dados. Mas a partir do debate de gênero, fui entrando e conhecendo essa parte do jornalismo de dados. E, hoje, eu adoro.

É um tipo de jornalismo muito interessante que tem crescido nos últimos anos. A Gênero e Número foi criada em 2016. Eu entrei no começo de 2017. Eu e Giu brincamos que, fora a Giu que é fundadora, eu sou a pessoa mais velha da GN. Porque eu comecei na GN quando tinha seis meses. Então, eu acompanhei todas as mudanças. Quando terminei a faculdade, fui efetivada como repórter da GN e continuei trabalhando lá.

Por que vocês não abrem os dados em algumas matérias? Exemplos: *Quatro mulheres negras a frente de pesquisas, que tem dados do Inmetro, matéria com várias gráficos. Pessoas trans mais expostas à COVID. Seis mulheres lésbicas estupradas por dia (LAI).*

Esse especificamente e outras sobre violência contra a população Trans, sobre os agressores, são parte dos dados obtidos por Lei de Acesso para o Mapa da Violência de Gênero. Esse é um projeto que a GN fez – que está fora do ar agora porque estamos atualizando – que é um mapa sai dados do Sinam, que é de agressões e do SIM, que é de homicídios contra mulheres e populações LGBT. Existia uma questão da divulgação destes dados.

O Mapa da Violência traz os dados mas não tem a base completa que a gente obteve do Sinam por conta da própria LAI, quando foi pedida, o Sinam não pode disponibilizar na íntegra. Nós estamos inserindo no reportagem (projeto) que está fora do ar algumas partes. Mas se alguém entra em contato com a Gênero e Número, a gente não tem o menor problema em enviar. Sobre as matérias, a gente está fazendo atrás nestas matérias e disponibilizar todos esses dados. Pra gente não é problema disponibilizar estes dados. Falei com a Natália esta semana sobre a matéria do Enem que tinha poucos dados disponíveis, se é importante disponibilizar mesmo sendo tão pouco e porque já estava no Infográfico, não veio de uma base construída. Ela falou: “não, a gente tem que divulgar todos os dados”.

Vocês vão começar a inserir links em matérias que ainda não tem?

É. A Natália está na Gênero e Número há mais tempo. A gente tem duas analistas de dados, a Natália e a Flávia. Mas até ano passado a gente não tinha ...de dados. A gente tinha uma equipe pequena, porque a Gênero e Número se expandiu bastante no ano passado. A gente tem esta página de dados abertos desde que a Gênero e Número começou mas quando a produção foi aumentando, a gente não conseguiu seguir a disponibilização daqueles dados. Mas a gente tem todos estes dados organizados na GN por pastas. Então, a gente tá fazendo agora esta retomada da coordenação dos dados. Toda semana, a Natália cobra de mandar os dados da semana porque isso é uma diretriz importante para a gente que trabalha com dados. Estamos retomando este planejamento.

Por que você acha que é uma diretriz importante?

Não tem como trabalhar com dado, principalmente com dados públicos, que é o que GN trabalha no dia-a-dia, para além das pesquisas, sem trabalhar com essa diretriz da disponibilização destes dados. Isso é um direito de todo mundo. Não só do jornalista. Teve uma matéria recente sobre os gastos da Damares, do Ministério

da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, que foi questionada pela Damares porque ela questionou que a reportagem foi focada nos gastos e não em quanto esse dinheiro estava empenhado. É muito fácil vc empenhar grande parte do orçamento e não gastar esse dinheiro. Ela questionou e a gente fez uma série de postagens no twitter falando que esses dados estão no Portal da Transparência, que é importante que um cidadão comum que não é um jornalista tenha acesso a esses dados. O que o jornalismo faz é um trabalho importante de monitoração do governo, mas isso qualquer cidadão pode fazer. A gente só trabalha focado nisso de outra forma. Por isso a disponibilização dos dados é muito importante. Até porque a Gênero e Número não trabalha com a noção de que porque a gente encontrou aquele dado, aquele dado é só nosso. Aquele dado deve ser público. Outras pessoas podem usar, devem usar. A Gênero e Número tem um trabalho importante de conseguir mobilizar outras mídias. O jornalismo no Brasil veio muito atrelado a esta questão dos dados abertos.

Interessante vc mencionar esta matéria. O dado aberto ajuda reforçar a noção de precisão da reportagem e com isso a credibilidade? Um efeito dominó?

Claro. Isso é essencial para todas as matérias. Mas acho que para as matérias que tem esse tom de denúncia, que você sabe que algumas autoridades podem querer refutar que vc tá trazendo porque é igual vc apresentar um documento. Sobre a precisão, o dado sem contexto pode ser muito bem manipulado. O Ministério tinha divulgado que tinha gastado 90% do dinheiro. É um valor muito alto, né? A gente já acompanha esse ministério há muito tempo. A gente já fez outras reportagens falando quais eram as ações que ele tinha feito durante a pandemia. Então a gente sabia que tinha alguma coisa que poderia não estar certo. Então, a gente foi checar esses dados no Portal de Transparência e viu exatamente isso, que não era uma questão que eles estavam mentindo sobre o dado em si. Mas o contexto em que eles estavam dando a informação levava o cidadão a entender outra coisa.

Quem não tem familiaridade com os dados, não vai saber a diferença entre dado empenhando e o gasto. Por isso foi importante fazer essa matéria. E não tinha como fazer ...o Ministério não respondeu à reportagem. Era ainda mais importante deixar os dados disponibilizados e depois explicar para o leitor como a gente chegou a estes dados para que o leitor possa tirar suas próprias conclusões. Mas munido

dessa informação. Por isso é fundamental disponibilizar os dados. Porque a gente não trabalha só com dado. O dado é o ponto de partida mas depois a gente vai entrevistar pessoas, mostrar o contexto porque é muito fácil ser manipulado dessa forma.

Teve uma outra situação, também com o ministério da Damares que foi sobre violência contra pessoas Trans. É que tinha diminuído de um ano para outro a morte de pessoas Trans. Ela colocou isso como se fosse uma vitória do governo. Não é bem assim. Você tem que entender a metodologia por trás, o que aconteceu naquele ano. Esse é o nosso papel. Mostrar todo esse contexto.

Entender qual o procedimento? Lei Maria Penha, casamentos homoafetivos e assassinato de pessoas trans que cresceu 70%. Estas três matérias, você assina...É primordial que seja feito por uma equipe multimídia. Vc é jornalista de dados?

Depende...A gente entende esse procedimento. Como nossa equipe não é grande, e a Gênero e Número faz muitas coisas, às vezes a gente não faz só trabalho editorial que é esse que todo mundo vê no site. Nos últimos anos a gente fez muitos projetos. E aí tem pessoas deslocadas para esses projetos, geralmente são analistas de dados que fica um determinado tempo focada naquele projeto como o que está saindo agora sobre empregadas domésticas, em parceria com o Instituto Ibirapitanga, na pandemia. A Flávia estava locada para isso. Então, eu e a Lola a gente consegue trabalhar sem a analista de dados se não forem dados que a gente tem que rodar em R, que a Flávia e a Natália fazem muito bem, e a gente não tem esse conhecimento. Mas a gente consegue trabalhar bem com dados. Claro que depois passando pela avaliação delas para ver se está tudo certo. Por isso, a importância da gente se profissionalizar e entender esses dados. A gente tem muita noção que a gente não faz nada sozinha. Mas como os veículos independentes não são tão grandes, o dia-a-dia vai te fazer aprender mais coisas, certo? Então, em projetos grandes, como o projeto das eleições 2020, a gente trabalhava muito neste processo que, Flávia já tinha passado algumas semanas levantando os dados. Na verdade, antes de começar o período eleitoral, ela passou algum tempo pegando todos os dados de candidatos eleitos nas últimas eleições. Ela mapeou todos esses dados e organizou. E, a partir destes dados que estavam ali organizados, a gente, no

dia-a-dia, foi ia buscando as mat érias. A gente olhava para aquela base de dados e pensava o que tinha de interessante que a gente pode fazer uma matéria.

Então, num projeto planejado claro assim a gente consegue fazer esse procedimento. Primeiro o trabalho do analista de dados, depois o da reporter e, aí junto com este trabalho da reporter enquanto ela está apurando, a gente trabalha com a designer. Hoje em dia a gente tem uma diretora de arte e uma designer. Tabalha com as duas fazendo as visualzções de dados que também demanda uma tempo para que elas fiquem claras, coesas. Aí depois vem o papel da editora que vai olhar para esse conteúdo, editar. E se for um projeto grande também passa pela nossa editora. A gente tem uma editora de conteúdo que é a Martha e uma editor institucional que é a Giulliana.

E no dia-a-dia, a gente trabalha que a gente lança a cada 15 dias, que a gente vai passar a lançar semanalmente agora, o procedimento é diferente para fazer todos esses processos. Então, geralmente quem traz as ideias de pauta são as próprias reporteres. A gente vai buscar pesquisas, dados que contextualizem. Às vezes você quer um tema que está em debate naquele momento. Enfim, uma matéria que fiz sobre o Enem, sobre em torno do esvaziamento. Como Educação é uma area que eu já acompanho entendo o impacto para pessoas negras, periféricas e mulheres, eu pensei na pauta eu fui buscar os dados par aver se os dados corroboravam com essa hipótese que eu tinha que a manutenção do Enem ia gerar mais igualdade. E aí fui buscar estes dados no Inep, a gente busca os dados mais recentes mas nem sempre vai ter estes dados mais recentes. Este tinha os dados de 2020/2019. Depois a gente procura especialistas.

Então, no dia-a-dia, esse processos são mais simultaneous. Quando a gente precisa de uma base maior de dados, a gente conta com a Flávia. Qdo a gente não está encontrando, a gente usa o banco de dados. A gente tem que pensar nas possibilidades aonde a gent epode encontrar. Mas no dia-a-dia a gente trabalha com bastante autonomia. Mas depois que a gente organiza a base, tem que passar pela validação da Flávia. Isso é importante.

Às vezes quando a gente trabalha com dados, a gente tá trabalhando tanto tempo numa planilha, que a nossa visão não percebe certas coisas. Por isso que é importante ter mais um dois pessoas olhando a base para validar. Porque se a gente erra um dado, claro que isso pode acontecer. Mas para a gente isso é muito sério por menor que seja a diferença. A gente constroi toda a mat éria, o título em tornon

daquele número. Então, a gente tem que tomar muito cuidado com os dados que a gente tá trabalhando.

Sobre reportagem sobre Trans

No dia-a-dia, eu e Lola trabalhamos muito simultaneamente e de forma mais autônoma. No caso dos dessa material sobre assassinato de pessoas trans, eu cubro muito este assunto, e eu sou LGBT tb. Tenho entrada muito grande nestes lugares. A Antra é uma instituição que a gente trabalha e utiliza os dados dela faz muito tempo. Esse ano, eles lançaram o dossiê com o apoio da GN, um trabalho que ninguém mais faz. Ela disponibilizou com antecedência e eu pude ir trabalhando os dados. Porque como eram dados eu já via anualmente, então eu trabalho de uma maneira muito mais tranquilo/ Foi a partir disso que a gente fez essa matéria. A gente tem muito familiaridade tb com o Data SUS, esses órgãos que disponibilizam na hora...

Mas quem fez a visualização?

Marília ou Vitória

Flávia não participou. Eventualmente você tem essa expertise. Se são dados volumosos, vc concorre à Flávia. Qdo aparece só teu nome ou da Lola, vc capturou sozinha? A revisão é praxe...

Exatamente. Estas duas matérias que vc citou, a primeira foi a Marília que fez. A segunda foi a Vitória, que está trabalhando mais no editorial. A gente tb sempre checa com três pessoas a visualização. Porque às vezes o dado na material está certo mas a visualização pode ter coisas erradas. A gente faz essa checagem. Por isso, o jornalismo de dados exige um pouco mais de tempo. Por isso a gente não faz matérias diárias, a gente faz com tempo para poder se aprofundar, olhar o dado, buscar especialistas.

Essa matéria das lésbicas faz parte deste projeto Mapa da Violência. Não fui eu quem levantou os dados. Foi a Natália que coordenou o projeto. Então, a gente criou a hipótese e eu pedi a ela para recortar porque não tinha como acessar esta base tão grande no meu computador. E aí eu via como poderia trabalhar esse dado. Todos os projetos da GN que a gente faz com muita frequência. Em 2019

lançamos três. Em 2020, a gente lançou dois. A gente pensa sempre em como reverberar depois estes dados. A gente revisita os dados, traz atualizações e nesses casos, a gente trabalha com a analista de dados responsável pelo projeto.

As pautas são mais guiadas pelos dados ou mais comum terem uma hipótese e vão investigar aquela ideia? O tempo que você tem para construir tá dimensionado dentro da capacidade de fazer com qualidade?

Exatamente. Tá dentro do tempo de fazer com qualidade principalmente estes pautas do dia-a-dia, a gente consegue ter uma semana depois que vc já tem ideia da pauta. E que vc já buscou minimamente os dados ali que pode demorar um pouco para chegar. Mas para mim super funciona. Mas se a gente faz trabalhos maiores, nem precisa ser projeto, quando a gente vai olhar com um olhar mais aprofundado sobre um tema, esse tempo vai depender de várias coisas como a resposta à Lei de Acesso à Informação. Se a gente pensou nesta pauta por causa de uma data específica. Por exemplo o Dia da Mulher. Atrasar os dados, a pauta vai ter que sair no Dia da Mulher de qualquer jeito. Então, utiliza aí um outro tempo. Mas se a gente não tiver esta questão com a data específica, o tempo continua sendo aquele que estava acordado.

Geralmente, a gente ideia do tema que a gente quer buscar. Então, a gente não tem o lead. Não tem o recorte. A gente tem o tema que a gente quer trabalhar. Por exemplo se eu quisesse falar em intolerância religiosa, eu iria buscar os dados de intolerância religiosa para depois entender quais são os dados e que tipo de matéria posso fazer a partir disso. Então, geralmente, antes de buscar os dados a gente tem ideia do tema, tem o recorte.

Vocês fizeram esta visibilidade Trans. Como surgiu a ideia do tema?

Foi uma ideia que eu trouxe porque nos anos anteriores, a gente trabalha principalmente com a população Trans. A gente entende que o debate de gênero não é só sobre mulheres. Mas realmente houve uma virada na cobertura LGBT, a gente começou a cobrir mais a questão LGBT. Assim como houve uma virada na questão racial. A Gênero e Número não se coloca como um veículo que trabalha somente o gênero mas o gênero e raça. Com o tempo, gente vai percebendo estas mudanças nos nossos temas. E aí eu sempre penso nestas datas específicas, por

cobrir muito a questão LGBT, sobre o que a gente pode trazer nestas datas. Então, a visibilidade do gênero transsexual.

Esse ano eu pensei, assim como o dia 8 de março é um dia importante, que o Dia da Mulher, a nossa gerente de produtos fala que é a nossa Black Friday, eu pensei que a Gênero e Número tinha que fazer algo especial para o dia da visibilidade Trans. É um gênero tão importante quanto o das mulheres. A partir daí eu sugeri para minha editora, a gente começou a conversar e eu pensei nestas diretrizes da violência, porque a gente já sabia. Já estava fazendo matéria sobre violência com os dados da Antra. E trabalhar com saúde porque não tem como, neste momento de pandemia a gente não falar de saúde. E saúde da população trans era outro tema que eu cobria, principalmente esse processo transsexualizador. Durante a pandemia, a gente tinha falado sobre como tinha mudado esse serviço. E educação que é o tema que é super importante. A gente já fez o projeto especial sobre ideologia de gênero.

No caso, quando a gente sobre população LGBT tem todas estas preleções. Então, a gente puxou três temas e depois pensou como formatar. Se seria aquela especial único de uma página só. Geralmente a gente faz estes especiais na Gênero e Número de dois em dois meses. Então, além do dia-a-dia, esses matérias de projetos especiais têm todo um trabalho de dois meses antes. Pensar no tema, buscar o dado. Então, esse da visibilidade trans foi feito assim. A gente começou a fazer em janeiro quando a gente voltou do recesso que a gente teve.

Você se surpreendeu? Os dados te surpreendem? A Natália não gosta da ideia de torturar os números? Como é para você essa relação da apuração em cima dos dados?

Quando a gente vai trabalhar alguma pauta, a gente tem a ideia do tema, o jornalista vai trabalhar com alguma hipótese. A gente fala pouco disso. Parece uma coisa só acadêmica mas tem uma hipótese e ele vai buscar para ver se a hipótese foi confirmada. E aí você tem essa hipótese pelo momento social, pelo que está acontecendo. Quando eu comecei a trabalhar com violência, que é um tema que a Gênero e Número trabalha muita frequência, os dados me surpreendiam bastante. Os dados são dolorosos. Na Gênero e Número, a gente fala desse lugar, que somos mulheres fazendo jornalismo e falando sobre o debate de gênero. Então, não tem

como não ter impacto qdo eu vejo dados sobre mulheres, pessoas negras e LGBT. Pra mim, é muito doloroso perceber esse cenário (de desigualdade) que a gente tem.

Então, os dados me surpreendiam bastante. Com o tempo, trabalhando com os dados, nem tanto porque eu sei como está o cenário e para onde está indo. O cenário é muito negativo, só tende a aumentar esse dado de violência. Esse dado sobre o processo da cirurgia do processo transsexualizador me surpreendeu quando eu vi. Eu já sabia eram poucas cirurgias no Brasil, apenas cinco estados fazem este tipo de procedimento em cinco estados diferentes/ Mas quando vi nos dado que por conta da pandemia tinha diminuído em 70% ...isso é muita coisa. Vai ver em comparação com a terapia hormonal não diminuído tanto. Teve um impacto maior na cirurgia (trans).

E os dados que não existem

Às vezes os dados surpreendem sim. É como a Natália falou. A gente tem a ideia do tema, a hipótese... quando a gente vai buscar esses dados, não é fácil achar, às vezes, a gente não encontra e por não encontrar esses dados a gente começou a fazer pesquisa. Trabalhar com dados da polícia é um terror. Qdo vou tratar da questão LGBT, mais da metade dos estados não respondem. Então é difícil. E você tem que falar esses são os dados que a gente tem e esses são os estados que não tinham apesar de existir uma lei que fala que eles deveriam ter. Então, quando a gente tem uma hipótese tem que buscar os dados até responder essa hipótese? Não, às vezes a gente está com um dado que vai dizer que a hipótese não está certa. A gente tem rigor nesse sentido.

Sobre Expertise. Como você mede e qual o cuidado para trabalhar com dados confiáveis? Faro para perceber erro e perceber erros de leitura?

Essa questão da leitura é super importante. Por isso que a gente preza não só por levantar o dado e é isso que o dado fala. Mas trazer esse acúmulo que a gente tem de trabalhar com o tema. Sabe qual é a realidade. E também de cruzar os dados. Principalmente nos dados do sistema prisional, por exemplo, já acontece várias vezes...como os estados mapeiam estes dados e depois vai para o nacional, acontecem erros porque alguma unidade passou algum dado errado. Por isso é importante você cruzar os dados e fazer o cruzamento com o tipo de população que tem em determinado estado, cruzar estes dados para fazer taxas, estas variações que

tb são importantes da gente entender; que não é só o dado...é a percentage. Entender qual o impacto disso...Porque, por exemplo quando a gente trabalha com dados de violência, sempre São Paulo aparece em primeiro lugar. Mas se não fizer uma leitura que São Paulo é um estado muito populoso. É o estado que vai ter tanto % de população branca e tanto % de população negra, você vai trazer dados que são mais um erro. Porque não pode falar que São Paulo é o líder em qualquer coisa. E vc não vai trazer a realidade que o dado representa. Por isso, a gente trabalha com estas outras variantes. Taxa é uma variante super importante para pensar no impacto populacional e pensar como algumas regiões tem menos pessoas negras mas como essas pessoas são mais impactadas em estados que tem mais pessoas negras. Por isso, tem que fazer este tipo de cruzamento porque tem leitura que foge do superficial com os dados.

Como você encara a importância do fact-checking?

É super importante. Por isso a gente tem essa diretriz de ter sempre alguém checando tudo. Vai ter alguém para checar a matéria. Vai ter alguém para checar os dados. Alguém para checar a visualização. Às vezes, quando a gente vai ouvir uma fonte, o que a fonte fala não condiz com aquilo que esse dado tá falando. Então, a gente tem que mostrar. Mas no jornalismo de dados me trouxe, além da base de dados que eu gosto muito, é o rigor na apuração. Todo o processo é muito rigoroso. No jornalismo tradicional, eu posso fazer uma matéria, ninguém vai checar a fundo, necessariamente, o que a pessoa está falando. O jornalista pode se proteger dizendo não sou eu quem está falando, é o especialista quem está falando. Mas quando vc trabalha com dados, a responsabilidade é sua. É você que está analisando os dados. Então, os jornalistas têm muito mais responsabilidade neste processo. E cada vez mais a GN pensa em como pode aprimorar o processo. Como pode melhorar para que o processo seja mais fácil no dia a dia porque não cabe criar mil regras e demorar muito tempo para fazer qualquer coisa. Mas lidar com o tempo de uma forma mais tranquila

Qdo você fala em processo, que processo?

Em relação a tudo. Tanto o processo do levantamento dos dados. Organizar mensalmente para fazer o pedido da Lei de Acesso, de temas que a gente sabe que seriam interessantes da gente trabalhar em torno desses dados...A Natália trabalha

muito neste lugar de organizar todas as bases antigas que a gente já trabalhou, principalmente essas bases grandes, de saúde. Se eu precisar fazer uma reportagem sobre saúde e comparar com dados que a gente já tem, eu possa encontrar esses dados de maneira mais fácil. Esse é um processo importante. E que outras bases estejam disponibilizadas de uma forma que todas as equipes possam trabalhar. E que a Natália não precise parar o que está fazendo para passar os dados.

O que é rigor e precisão?

A gente na GN tava falando sobre imparcialidade, que você tem que ouvir todos os lados. Isso pra gente depende. Eu não vou, numa situação de violência, ouvir o Bolsonaro falando sobre isso ou um deputado que violentou uma pessoa falando sobre aquilo. A gente não vai reproduzir violência nas nossas matérias. Mas é super importante, além de ter esse rigor com os dados – que exige tempo, você tem que confirmar, passa pela checagem... Na apuração, além de apurar o que é comum no jornalismo, sempre buscar fontes diversas. Sempre buscar ouvir mais pessoas, cada pessoa vai trazer um ponto de vista sobre aquele tema.

Nessa matéria do Enem, eu fui falar com estudantes, que tinham impasses específicos sobre o Enem, com professores, que tinham outros, e especialistas na questão da Educação. O que a gente pode fazer é trazer um contexto além de mais plural, mais real, porque mostra o que diferentes setores estão pensando sobre esses temas. Quais são os impactos. Às vezes, esses diferentes setores vão concordar e tem vezes que não vão concordar e é importante que isso sirva para debate, né? E que o leitor veja que aquele ponto não é pensado por todo mundo.

Por exemplo, na matéria sobre criminalização da LGBT fobia, fiz uma matéria sobre como os diferentes setores viam a questão da criminalização. Não havia um consenso entre todo mundo. As pessoas tinham diferentes razões para isso. Tem a galera LGBT que não crê na penalização de uma pessoa ainda mais trazendo o recorte negro no Brasil como uma condição para isso (contra o sistema de punitivismo penal). A gente criminaliza mas quem vai ser criminalizado. É importante que a gente não faça um movimento LGBT que não veja a questão racial no Brasil. Então, você tinha pessoas do Direito que era importante fazer isso. Então, eu tento trazer essas diferentes facetas do que está sendo tratado naquela matéria.

Interessante, eu ia te perguntar sobre outras fontes. Você acha que desta forma, a GN está trabalhando com diversidade. E se essa seria uma maneira de humanizar os dados? O trabalho da GN parte da premissa da humanização dos dados?

Com certeza essa humanização é super importante. O dado pelo dado não quer dizer muito coisa, às vezes, se vc não traz o contexto. É isso...Esse dado pode ser manipulado. Pode ser usado de diferentes formas e pode mais comunicar com o público em geral. É isso que a gente espera sendo jornalista, que todo mundo que veja aquilo entenda de maneira clara o que está sendo tratado. Por isso que o trabalho não é só do analista de dados. A Gênero e Número poderia fazer um trabalho somente de levantamento de dados e pronto (Análise de conteúdo aponta que reportagens apenas com dados não têm diversidade --- comparar dados estatísticos). Tem veículos que fazem isso, disponibilizam os dados mas a gente quer trazer esse contexto. Esse dado pode ser manipulado. Pode ser usado de diferentes formas. Pode mais comunicar com o público. É o que a gente espera que todo mundo que está vendo aquilo entenda de maneira clara o que está sendo tratado. Por isso que o trabalho não é só do analista. A Gênero e Número pode fazer um trabalho de levantamento de dados e pronto. Tem veículos que fazem isso, que disponibilizam os dados para as pessoas mas a gente quer trazer esse contexto entendendo aquele dado, trazendo especialistas pra falar dele e humanizando, trazendo personagens. A gente sempre busca trazer personagens. Nem sempre isso é possível como nessa matéria das mulheres lésbicas que vc citou porque é um tipo de violência que ainda é mais doloroso de trabalhar, principalmente quando a gente fala de estupro coletivo. Depois que eu publiquei essa matéria, duas mulheres lésbicas vieram falar comigo sobre o que já tinham passado. Então, pra mim é muito importante essa questão de trazer personagens. Para mostrar que o dado não é só um número. Ele tem impacto na vida de alguém, na vida de determinados grupos. Por isso a Gênero e Número começou a investir em outras forma de comunicar. A gente fez começou a fazer os mini docs, por exemplo, que vem dos dados mas ouve as vozes dessas pessoas. A gente tá sempre pensando em como trazer isso de diferentes formas. Nos projetos especiais, a sempre faz um video que mesmo que não mostre o rosto da pessoa, apareça a voz dela. Fizemos na reportagem sobre mulheres evangélicas, por exemplo.

Essa matéria das lésbicas é traz dados chocantes? Até vocês se impressionam com a apuração. Neste caso ainda seria mais importante para as pessoas na fonte primária que bate com a informação que está no título, que está na visualização? Neste momento de trabalho orquestrado de desqualificação da mídia, isso ainda torna mais importante a abertura de dados?

Com certeza. Quando faz a denúncia, a sempre voltando a estes dados. No Mapa da Violência não cabia todo esse tipo de coisa. Era só um mapa. Não trabalhava com reportagens. Aí, a gente botou os dados para trabalhar com isso. Nessa matéria das lésbicas, eu não consegui trazer personagens. Pessoas que falaram um pouco sobre isso não quiseram se abrir.

Mas na violência contra as trans eu trouxe um caso super marcante de uma joven trans que foi espancada em Niteroi por um monte de caras e passou por violência quando foi buscar Justiça na delegacia. Então, eu acho que quando a gente trabalha com denúncias, os dados são super importantes. E foi por isso que a gente faz a matéria. Esse foi o ponto de partida. Ninguém estava falando sobre isso com dados. A pessoas falam de estupro coletiva de lésbicas mas não trabalho com os dados com a gente trabalha. Por isso é importante trazer o dado, explicar claramente de onde ele veio e se veio de uma pesquisa, e gente cita a pesquisa. Qdo a gente trabalha com pesquisas que são disponibilizadas, a gente disponibiliza os dados que a gente usou.

Essa possibilidade verificar o documento original é uma maneira de reforçar a credibilidade? E quanto mais links possíveis é uma meta de critério de qualidade?

Exatamente. Como a gente trabalha com pesquisa de fora, com documentos extensos como nessa matéria de saúde trans, a gente cita o plano de saúde da população LGBT, que por mais que seja antigo é um documento que é uma diretriz até hoje. Quando a gente fala de leis e portarias, a gente sempre linka para que a pessoa possa ver diretamente. Isso é uma diretriz que a gente tem. O que pode acontecer... a gente pode deixar passar um link mas quando é publicada a matéria todo mundo lê. Aí, depois todo mundo lembra que tá faltando um link de tal coisa. Vamos colocar...às vezes o link não foi e a gente pede para ser ajustar porque pra gente é importante disponibilizar todas essas coisas. Sobre correção, não vi nenhuma errata.

Vocês já publicaram correção?

Reportagens com taxas completas. Taxa de homicídio de mulheres negras sobre 14% (dados completos) e outras (Em 53% das cidades brasileiras, nenhuma mulher negra ocupará a Câmara Municipal – planilha não traz todos os dados que estão visualização).

Qual tua opinião sobre isso?

Algumas vezes, a gente usa mais de uma base para fazer a matéria. Já aconteceu várias vezes da gente fazer o cruzamento. Acho importante na seção dados abertos, a gente trazer todos os dados. Vou até dar uma olhada nessa matéria. Às vezes a gente deixa passar algum dado que a gente colocou. Mas se a gente usou pesquisas. Por exemplo, tenho o dado do tribunal e o dado complementar que eu usei na matéria.

Quando a visualização é um dado de pesquisa, geralmente a gente não mistura a base de dados. A gente misturava mas quando a Natália entrou como coordenadora de dados, ela está pedindo esse rigor principalmente quando a gente trabalha diferentes bases de dados que às vezes trazem muitos elementos diferentes. Independente de ter saído em pesquisas, se tem o documento completo, a gente coloca um código de dados mesmo que o dado seja pequeno. Esse é um rigor que a Natália está cobrando. Quanto mais completo, melhor. O público terá acesso ao tudo. O único dado que o leitor não deve ter acesso é o nome do personagem que não queira se identificar. Dados sobre especialistas também devem estar sob a disposição do leitor.

O que pode ser aprimorado? Qual o maior ganho que a reportagem de dados em termos da qualidade?

Quando maior a equipe, mais fácil fica para gente fazer certos processos. Às vezes quando a gente trabalha em um veículo pequeno, eu trabalho no editorial mas também olho a questão de produtos. Então, eu trabalho fazendo estas duas pontes. Se vc tem uma equipe maior, se você tem tempo é melhor. É mais difícil o reporter deixar passar um dado. Mas em redações pequenas, esta é uma realidade. Sempre tem pessoas fazendo mais de uma função.

No último ano, a gente trouxe mais pessoas para a Gênero e Número, a diretora de conteúdo, a gerente de produtos. A Natália se tornou coordenadora de dados, a Marília diretora de arte. Então, a gente tá nesse processo de cada vez mais trazer mais gente e tem sempre pessoas responsáveis por determinada área. Isso também ajuda nossos processos melhorarem. Sempre vai ter alguém olhando para o conteúdo, um diretor de arte checando o que a GN faz. Se tivesse mais financiamento, ajudaria no nosso processo que a gente já está neste caminho. Na Gênero e Número, a gente tem a mente muito aberta. No dia a dia não tenho que falar necessariamente com a Giu (Giullina) que está num posto mais alto. Mas a gente procura sempre trocar mensagens e saber o que a equipe está fazendo, sobre os projetos. Para estar todo mundo na mesma página sobre o que é a GN, o que a GN faz. Dar conta do que as pessoas estão fazendo.

O que impacta mais o trabalho da GN, além deste lugar de pioneirismo no jornalismo de dados sobre questões de gênero e raça, porque quando nasceu a GN tinha esse lugar, na mídia tradicional não tinha editoriais para falar sobre gênero, que é uma coisa que a gente tem hoje. Então eu vejo que a Gênero e Número conseguiu ajudar a colocar em pauta na mídia tradicional e em outros veículos o debate de gênero através dos dados. É um veículo que traz os dados para corroborar o que a gente tá falando. Então, traz uma credibilidade.

Projetos de lei que são feitos em que são mencionadas reportagens da Gênero e Número de parlamentares de esquerda, mulheres e LGBTs, nossas pesquisas. Em 2019, a GN fez uma pesquisa sobre a violência contra a comunidade LGBT no período eleitoral de 2018. A gente consegue impactar principalmente os formadores de opinião. É o caminho que estamos seguindo agora para o lançamento em breve do hub da GN. Colocar ainda mais esse impacto não só no político mas na imprensa. Muitas organizações chegam na GN por causa da nossa expertise em dados e nessa debate para fazer pesquisas e relatórios e demonstram essa credibilidade que a GN tem.

Parcerias. Vantagens e desafios

Uma coisa é que a gente tem investido muito nas pesquisas, nos projetos. Mas a gente tem trabalhado muito essa noção de jornalismo colaborativo. Inclusive com a Pública. A gente participou de uma coalizão com nove veículos para fazer o Mapa da Violência nas eleições, um tipo de jornalismo que a gente acredita

bastante. Na pesquisa que eu participei sobre a violência LGBT surgiu da parceria com a Gênero e Número, a ideia e toda a execução. Como a gente tinha a expertise de trabalha com os dados, a gente trabalhou com os dados na plataforma que a gente criou. Mas a gente trouxe o Lucas, que é um pesquisador super conceituado que trabalha com questões LGBT para pensar em toda a metodologia junto com a coordenadora de dados.

A gente começou uma pesquisa presencial com pesquisadores que trabalham com isso para aplicar a pesquisa. No Mapa da Violência, a gente fazia a coordenação dos dados mas quem cuidava da metodologia era uma pesquisadora de fora que trabalhava muitos anos na questão da violência contra as mulheres. Mesmo quando é uma coisa que é só nossa, a gente sempre traz pessoas que possam ter esse acúmulo, que possam acrescentar ao que a gente está pensando. Então, isso para a gente é muito importante.

Quando é por parceria, depende da parceria que é estabelecida. Da pesquisa do cuidado que foi junto com a SOF, a coordenação trabalhou junto na metodologia e foi bem igualitária neste sentido. Um projeto recente foi com o ISER. É um projeto do Iser mas eles queriam alguém com a expertise da Gênero e Número para trabalhar com os dados e com o jornalismo. Tanto essa como o Open Box, a gente trabalhou por fora. Fora do trabalho da Gênero e Número, eu trabalhava mais duas horas por dia. Eles nos procuraram porque eles tem esse acúmulo do estudo de religião mas queriam ter uma plataforma e sabiam que a gente trabalhava com dados e cobrindo esses temas também.

Isso é um dado de credibilidade da sociedade civil em relação a vocês?

Exatamente. O Open Box faz um ano hoje foi um projeto que veio de um edital que a gente ganhou e a partir daí a gente construiu o projeto super importante que fala sobre mulheres na ciência, sobre o protagonism das mulheres na ciência. A gente criou a metodologia para mapear essas mulheres e depois contar a história dessas mulheres, que é a parte do jornalismo. Então, neste projeto a gente não precisou de uma ajuda externa. Mas as parcerias estabelece principalmente quando a gente constroi projetos ou quando organizações procuram a gente para fazer determinado projeto. Esse processo do jornalismo colaborativo foi uma coisa que nós avançamos muito neste ultimo ano (2020), neste período da pandemia. A gente fez o especial COVID que a gente se juntou com outras três organizações para falar

sobre o impacto da pandemia sobre o viés de gênero, raça e território. Foi um projeto que a gente teve por dois meses. Td que a gente fazia para o projeto era assunto, né? Isso é ótimo porque vc consegue chegar a outros.

Agência Pública

Bruno Fonseca (entrevista realizada em 16 de abril de 2021 via google meet)

O jornalismo importa?

Acho que importa sim sobretudo pela importância de trazer informação e pelo impacto na vida política, nas decisões de políticas públicas. Serve como insumo para muitas decisões. Inclusive, recentemente a gente participou de uma reunião no Conselho Nacional de Saúde com profissionais de saúde a partir de uma reportagem que a gente fez para pensar em estratégias para a vacinação no Brasil. Vários já tinham lido a reportagem. Fiquei feliz porque a informação que a gente produziu serviu para fornecer dados e informações para que eles decidirem as políticas, para avaliarem o que eles estão fazendo. E claro, eles avaliam de uma forma científica. Eles pegam os dados e avaliam o que pode ser feito. Mas efetivamente foi levada a um espaço de debate e de tomada de decisão. Então, nesse sentido importa, sim. Seja por uma questão mais geral de informar as pessoas e mas também de trazer materiais que não seriam acessados pelas pessoas para que podem contribuir para decisões das cidades.

Por que você acha que o jornalismo está vivendo esta crise de credibilidade?

Sem sair demais do caminho, na Pública, antes d'eu fazer matérias focadas em dados, eu comecei fazendo checagem de fatos. E foi em 2014 justamente quando a checagem surgiu no Brasil. Surgiu ao mesmo tempo na Pública, no Aos Fatos e na Lupa. A gente se inspirou nos exemplos da Argentina que tinha o Chequeado. Já tinha aparecido nos Estados Unidos em outros veículos. Era um pouco hard news,

a gente foi fazendo uma medição um pouco diferente, foi se adaptando porque cada veículo faz a sua. Agora já tem no G1 e em vários outros veículos. Por que estou falando isso?

Eu vejo que na época da checagem já tinha essa discussão sobre credibilidade da imprensa. Muito por conta de prática da própria imprensa que depois de uma autocrítica que às vezes são matérias com informações que vem de um fonte me disse, alguém afirmou. Até pela dificuldade da imprensa do dia a dia de checar dados, às vezes não dá tempo. Ou você precisa de mais tempo ou de uma equipe grande. Então quando estava vindo esse papo da checagem, em 2014, essa conversa sobre checar os dados, já existiam essas discussões. Muitas vezes essas discussões apontavam como você vai confiar numa reportagem que não fala de onde vêm os dados. E vinha como um contraponto à fala de políticos e personalidades que não tinham embasamento em dados. Essas falas espirravam no jornalismo e entravam em matérias...Deputada disse não sei o quê. Presidente disse que a economia está melhor do que sempre foi. Então, eu vi que o jornalismo como que se estivesse abraçando essa crise de credibilidade que vinha da política, para si a partir do momento que fazia essas matérias onde a fala do político, da autoridade, do sevidor, ela era a matéria sem contextualização.

Você acha que vocês desconstruíam esse jornalismo declatório falso trazendo dados para frente a isso? Você diria que esse caminho da checagem dos fatos em confronto com dados te levou ao jornalismo de dados?

Claramente, acho que foi esse caminho. Basicamente era a gente que fazia checagem e alguns jornalistas independentes de veículos menores e a gente não tinha resposta dos candidatos e a gente não conseguia resposta dos órgãos do governo a tempo de fazer a checagem. Alguns conheciam a Pública. Alguns nem conheciam...Eram dados de Educação. O político falava: “a gente tem mais crianças matriculadas em creche”, por exemplo. A gente pedia os dados às assessorias dos órgãos, à assessorial do MEC e eles não respondiam ou falavam que iam levar uma semana para responder, o que tornava a checagem inviável. No início da checagem a gente ficava com essa dúvida.

Aparecia uma ideia interessante checar mas a gente pensava como ia checar assim. Não tinha como ter um jornalista especializado em educação, outro em economia, Saúde, meio ambiente, relações internacionais. E tiver as melhores

fontes dentro de cada um dos órgãos para poder ligar e checar. Era impossível. Daí a gente acabou desenvolvendo este método de buscar a base de dados abertos para poder checar os dados oficiais. A gente evitava inclusive de checar com pesquisas independentes que não tivessem claro a base de dados, onde ela foi feita. E a gente utilizava pesquisas acadêmicas mas com contanto que elas apontassem de onde elas tiraram esse dado. A gente não contrapunha muito levantamentos independentes para falar de dados oficiais.

A gente começou a usar cada vez mais isso porque as assessorias respondiam muito pouco. No início não tinha muito fact checking. A gente ouvia muito: “quem são vocês pra checar a gente?” Assessorias bem agressivas. Depois foram até respeitando mais, começaram a aprender e passar mas nunca deixou de ser importante checar essa base de dados. A equipe ficava lá mexendo nas bases mas às vezes vinham ideias de pauta que não eram as checagens. Por isso que a gente começou a desenvolver várias ideias e pautas porque a checagem tinha uma metodologia bem específica. Mas a gente via que tinha vários temas que seriam ricamente trabalhados pelo jornalismo se eles partissem desses dados e não das declarações. Tipo, o político falou que tal coisa aconteceu. Interessante mostrar, pegar as histórias. Dava para comparar uma base de dados com outra.

E acho que isso aconteceu dentro de um processo em que o jornalismo de dados vai ficando mais evidente nas redações. E claro com a digitalização de várias bases do governo, a digitalização do jornalismo que aconteceu nestes últimos 15 anos seria de se esperar que o jornalismo de dados cresceria porque ele é mais fácil de ser feito mas só é feito nas bases digitais. Acho que isso foi caminhando junto, a checagem e o jornalismo de dados que ganhava cada vez mais espaço.

E a gente ajudou a formatar as metodologias porque na checagem a gente era obrigado a retirar dos dados. Não podia dizer que o político estava mentindo ou exagerando, deturpando um dado sem falar de onde tirou. Então, eu acho que serviu como uma base metodológica para o tipo de jornalismo de dados que a gente faz. 100% transparente sobre os dados que a gente fala. E a gente considera dados só número. Qualquer documento, comunicado, ofício, ata de reunião, tudo isso é dado. Declarações, por exemplo, como nunca me reuni com não sei quem, nunca participei de tal empresa, essas coisas eram checadas com fichas societárias de empresa, uma ata de uma reunião.

Então foi esse caminho. Da checagem, desenvolver uma metodologia e uma forma de olhar e de se apropriar independente dos dados e não depender de dados que dependem de assessoria ou dos próprios entrevistados. E acho que desembocou no que a gente faz hoje que é esse jornalismo de dados de profundidade. A gente faz matérias em relação ao que está acontecendo, por exemplo, a pandemia ou queimada no Pantanal. Mas a gente pega o contexto.

Você entende que o trabalho que você faz é guiado pelos dados?

Sem dúvida...

Como você chegou no jornalismo de dados?

No início foi essa coisa comum de jornalistas. Um pouco de idealismo, um pouco de vontade de contar histórias e quando era mais novo minha referência era jornalismo texto mesmo. Contar histórias. Entrei na faculdade em 2006 e apesar de já ser 2006 não se falava em jornalismo digital. Não tinha computador sobrando, não que produzir aulas com coisas digitais. Mas no começo foi isso. Eu tinha interesse me política. Apesar de não ter nenhuma referência de jornalismo em família. Não tinha nenhuma experiência na família de profissional liberal. Nenhuma profissão vocacional.

Mas eu sempre tive um interesse muito grande por criação. Eu gostava de desenhar, de criar animações, vídeos ...Fui desenvolvendo isso por conta própria ao longo da faculdade. Tentava pegar disciplina nas Belas Artes e em outros lugares. E acabou que com isso eu fui descobrindo o video. Fui editor na TV Universitária. Fiz trabalhos de diagramação e infografia. Na época eu vi as coisas do Roberto Cairo e achava sensacionais. E na época o que eu tinha como referência era o departamento de arte do jornal impresso. Não tinha a infografia na internet. A gente fazia no papel para digitalizar.

Estou falando isso porque eu acho que esse caminho da infografia com a criação, com o tempo, com a digitalização dos processos e o desenvolvimento do jornalismo digital, seja nos estágios quando eu estava recém-formado é que me fez ter esse pé nos dados, essa curiosidade na tecnologia e nesse processo para além de escrever o texto. Depois de me formar, eu trabalhei dois, três anos em um site em Belo Horizonte, que não existe mais. Era um site de jornalismo hiperlocal que

também era uma tendência do momento. Jornalismo local, crítica de mídia. Era um site sobre um bairro de Belo Horizonte sem aquela lógica de olhar para rua e só ver o assalto. Tinha também isso mas a gente tentava ao máximo fazer matérias seja culturais, seja sobre política municipal, seja de meio ambiente, seja de personagem.

Então já era um site independente e pequeno e eu acabava tendo que desenvolver várias funções. Daí, eu fazia matéria, eu editava o vídeo, eu entrevista pessoas, eu gravava, eu fazia o infográfico para aquela matéria. A gente tentou desenvolver infográfico animado por vídeo. Ninguém atendia a gente no início. “Alô, eu sou desse site que cobre um bairro de Belo Horizonte” (site Na Savassi). Mas na época as assessorias mal respondiam o Estado de Minas e o Tempo quando recebiam pedidos de dados para além do factual.

Como se chamava o site?

Na Savassi. Era uma ideia de start up de jornalismo pra ver se a gente conseguia desenvolver nesse bairro, na Savassi – um bairro de classe média e classe média alta – apesar de ter um perfil distinto porque tem muito comércio e vida noturna. O público não era só classe media e alta porque a gente fazia também para quem ia trabalhar lá e ia para se divertir. Então tinha esse público variado, desde gente da classe alta a gente da periferia e que ia para os lugares se divertir. Os jovens ficavam bebendo na rua porque às vezes não tinha nem dinheiro para entrar na balada. Então, foi daí que começou essa experiência em que eu estive num lugar, abracei um projeto digital onde eu tinha que desenvolver todas essas áreas da produção do jornalismo.

De lá, em 2013 é que eu vim para São Paulo para trabalhar na Pública, numa parceria que a Pública tinha feito com a Casa Fora do Eixo, Aí, eu viveria na Casa Fora do Eixo enquanto trabalhava na Pública. A parceria não envolvia a construção dos conteúdos. Eu não estava fazendo nada par a Mídia Ninja. Não tinha editorial da Casa Fora do Eixo na Pública, nem da Pública na Casa Fora do Eixo. Era um editorial de vivência dentro daquela lógica da Casa Fora do Eixo de receber pessoas. Eu vim com essa bagagem que eu já tinha de trabalhar com jornalismo 100% digital e já com vontade de não pensar a reportagens só a parte do texto mas de construir reportagens multimídia.

Então, nesse início na Pública, eu desenvolvia matérias multimídia animações, vídeos e infográficos para matérias de outros repórteres.

Você se considera um data jornalista?

Eu acho difícil essa nomenclatura. Não sei se me identifico 100%. Em alguns casos, tem uma formação muito sólida em programação ou estatística. E eu não venho dessa bagagem. Eu adorava programar e ficava mexendo em planilhas e foi isso que ajudou um pouco. Tanto que eu pessoalmente prefiro que os dados estejam a serviço de uma narrativa. Não que o jornalismo de dados seja alguma coisa que tenha que se preocupar com a narrativa em si. Acho que o que define jornalismo é um estilo de narrativa. Por isso, eu tenho dificuldade de me identificar com o jornalista de dados porque eu não tenho essa formação sólida e também não gosto de pensar que o dado não possa ser só o início de partida para uma apuração. Eu adoro ir para a rua, eu adoro entrevistar pessoas . Eu faço jornalismo de dados mas nem sei se me chamo assim.

O que você percebe que mudou na Pública nos últimos dez anos. Existe uma tendência a ter mais reportagens de dados? Natália me disse que vocês estão pensando em abrir o GitHub? Qual a previsão?

A prática do jornalismo de dados ganhou um destaque muito grande na Pública. Ainda existe essa figura do jornalista de dados que não gosto de ir para a rua ou que não faz entrevistas e jornalista de texto que detesta dados. Mas o isso (o jornalismo de dados) foi ganhando espaço. A maior parte das pessoas não tem uma formação que permita fazer matéria de dados. Muita gente tem essa deficiência e dificuldade de mexer com Excel. Depois de um tempo, tanto eu fui desenvolvendo coisas que eu não sabia como outros repórteres foram desenvolvendo e cresceu muito. Acho que mudou bastante. Acho que mudou a percepção que jornalismo de dados é uma coisa fria ou chata que fosse uma coisa da checagem.

Na Pública, a gente conseguiu de desenvolver grandes reportagens de dados que sejam ligadas a esse tema de direitos humanos e não sejam impeditivo para ter fontes, personagens, narrativa interessante, o texto. Acho que isso mudou bastante. Tanto que a gente tem essa seção de dados que não existia antes.

Quando foi criada a seção?

Foi em 2019...

Mas tem matérias mais antigas lá...

É que algumas a gente pode ter incluído na seção depois de ter sido criada... A gente desenvolveu uma metodologia de dados que a gente tenta fazer em todas as matérias de dados. As que não tiverem não é porque a gente não quis. É porque foi corrido e a gente não conseguiu colocar. Mas sempre colocar os dados. Tudo que for linkado, um site do governo, uma pesquisa, a gente coloca o link. Mas quando é um dado que a gente tratou, por exemplo, todos os focos de incêndio no pantanal, a gente sobe no final da matéria um box “metodologia” e informa “a gente baixou esses dados do site x do governo usando os dados dos ano tal a tal, puxamos e combinamos com os dados de terras indígenas. A gente sobe isso tudo. A gente quer fazer no GitHub, sim. Mas a gente deixou no drive porque a gente achou que é mais simples para pessoas que não sabem de programação. É uma prática muito interessante mas a gente não costuma desenvolver muito scripts para limpar os dados assim. A gente usa até umas ferramentas mais simples. Eu pessoalmente não acho que o GitHub é tão acessível para o grande público.

O Snowden fala que os dados para ele são primary hard source material. Eu queria saber. Você é totalmente favorável à abertura dos dados?

Acho que é importante ser transparente. Acho que os dados devem ficar acessíveis caso não seja muito fácil a gente colocar um link para a pessoa baixar. Mas eu concordo que o Jornalista não é um we transfer, um depósito, uma pessoa que pega um documento de um lugar e leva para outro. Acho que a gente tem que tomar cuidado porque de fato tem dados que são sensíveis que podem colocar pessoas em risco. Às vezes são informações de processos judiciais que a Justiça não permite por questão de sigilo. Se a gente a importante trazer esse dado que não vai colocar pessoas em risco, a gente traz. Mas acho que tem que ter um critério editorial acima do critério da transparência, sim.

Inclusive temos que pensar em formas sofisticadas anonimizar (técnica que modifica informações para evitarmos identificação das pessoas) bases de dados ou os dados ou documentos que a gente tratar. Sejam os governos ou mesmo as pessoas, a medida que forem desenvolvendo mais habilidades, a gente tem que tomar muito cuidado para que as coisas que a gente suba ou divulgue não deixam que seja rastreável a pessoa que enviou pra gente. Ou mesmo dados pessoais, IP. Isso vai ficar cada vez mais difícil. Eu acho que tentando desenvolver tecnologias cada vez

melhores que não coloquem as pessoas em risco, seja por metadados que a gente sobe mas também por esta questão editorial, que é também importante.

O critério editorial não pode ser: “ah, não vou divulgar porque quero fazer mistério”, “não quero que a concorrência veja”, “não quero que o público tenha acesso à forma como eu colhi os dados”. Acho que tem que ser assim: coloca alguém em risco? Você pode estar acusando alguém sobre algo que você não conseguiu apurar? Você pode estar passando para a população uma situação que você simplesmente não conseguiu apurar porque não tem tempo ou não tem como ter acesso a isso? A gente não pode publicar um dado que pode gerar desinformação.

Reparei a questão da metodologia, mas também reparei que tem matérias em que vocês abrem os dados e em outros não. Qual foi o critério?

A gente não usou a metodologia desde sempre. A gente tem esse box metodologia há um ano e meio talvez.

A seção “Reportagens” traz várias matérias com dados. Qual o critério para identificar as reportagens que vão para a seção “Dados” e as que vão para a seção “Reportagens”?

Esquecemos de trocar a tag na reportagem. Não vejo por que ela não ficaria na tag de dados. No geral o critério que tenta usar são matérias que surgiram a partir dos dados, que não existiria sem os dados, vai para a seção de dados. Se a outra vem de uma apuração ou de uma fonte que está contando uma história, e mesmo que tenha muitos dados, mas eles entrarem depois para dar um corpo para apuração, mas o dado não seria o eixo, esta iria para a seção reportagem. Acho que a gente precisa rever isso. Será que faz sentido para o público separar reportagem de dado. Não faz mais sentido separar por temas? Mas não sei se isso serve mais para jornalista ou pesquisador do que para pessoas normais. Também isso diz um pouco desse envolvimento da Pública. No início era muito fácil ver o que era matérias de dados e uma material de não dados. Em geral, o reporter que fazia a matéria de não dados não sabia de dados e não tinha muito dado. E o repórter de dados fazia matéria com muitos dados porque estava focado nisso. E acho que essa confusão talvez seja até um bom sinal porque a gente está cada vez mais colocando os dados dentro da apuração.

Os dados não tem que ser um fetiche. É importante que a gente use os dados numa forma de apuração em que estejam organicamente funcionando dentro do sistema de apuração e dos fluxos do jornalista e da redação. Essa que você falou a gente poderia até trocar e corrigir. Outras...Em geral quando é especial, acho que é uma dificuldade do site... essa matéria sobre a Amazônia não tinha como ser a capa do Especial se estivesse na tag de dados. Às vezes pode ser um problema técnico.

A Pública tem a proposta de oferecer jornalismo de precisão com fontes primárias. Até que ponto o recurso dos dados abertos reforça a credibilidade da reportagem?

Acho que reforça bastante. Por vários motivos. Tem vários momentos quando a gente tem uma revolução assim. Tem os hates nas redes sociais. A gente recebe muitos emails de pessoas perguntando. É difícil saber se a pessoa está mesmo curiosa, quer entender melhor ou se ela está só querendo discordar do ponto que você apresenta e ela quer discordar...A gente recebe vários emails e várias chamadas nas redes. Eu já tirei muitas respostas positivas. Eu sempre falo para as pessoas. Você pode discordar sobre o conteúdo mas o dados que a gente usou estão aqui.

Eu tive inclusive uma conversa sobre essas matérias da Amazônia sobre queimadas. Tinha um cara que mora em Manaus que me disse que não estava vendo naquilo daquilo que ele estava lendo na reportagem. Eu estava com muita paciência e fui respondendo. Eu entendo a sua dúvida porque você vive aí. Eu estou escrevendo de São Paulo sobre a Amazônia. Se você vê a nossa matéria nos dados, realmente em Manaus, não tinham tido tantas muitas ou focos de incêndio e desmatamento. Isso aconteceu mais em tais e tais e tais regiões. Foi uma conversa que começou com a pessoa passando recibo mas no final ele concordou e agradeceu, obrigada por ter me explicado. Ele me disse: “ muitas vezes os jornalistas são muito arrogantes e não explicam nada”. Isso foi uma dessas interações em que se não tivesse essa base de dados clara...se fosse um termo “o fiscal me contou que aumentou o desmatamento”, eu não teria como argumentar com ele. Então, isso acontece tanto no nível do público como também com pesquisadores. Já teve vários que queriam reportagens e dá uma segurança muito maior quando eles tem os dados. Você podem inclusive chegar a outras conclusões,

criar outras metodologias. E acho mais fácil você melhorar e não cometer erros se você dá essa abertura. Reforça a credibilidade sim mas não resolve num contexto que tem uma politização em relação a dados e a própria realidade. Existe um buraco mais profundo que essa metogologia de dados não é capaz de tirar. E esse buraco não é só do jornalismo é da sociedade, inclusive. Mas é uma ajudinha.

E a questão das planilhas Excel que tem muito informação. Isso pode ser indecifrável? Você tem uma medida do acesso que é feito a estas bases de dados? Quantos leitores acessam? É válido? O leigo para para acessar uma Excel?

Acho que são bem poucos os que usam. O ideal seria continuar fazendo isso e o GitHub porque a gente consegue atingir desde a ponta, uma coisa muito técnica e específica até uma coisa mais geral. Eu não me preocupo muito que o leitor geral ache difícil entender o Excel porque eu acho que a gente escreve a matéria de uma forma clara para o leitor entender. Se a pessoa não entende Excel, não faz sentido eu pensar numa forma mais mastigada porque essa forma mais mastigada está na matéria. A gente não acompanha em cima do processo todo porque seria mais outra tarefa. Mas é como se a matéria fosse esse primeiro nível (layers). São três níveis. A gente nunca solta 70% sem explicar nada. A gente tenta evitar o tema técnico sem explicar o que é. Tenta destrinchar muito. Usar o termo muito simples. A gente escreve a matéria pra quem não consegue ler Excel ou não vai ter tempo.

Vocês estão totalmente inseridos na cultura dos hiperlinks. Isso também reforça a credibilidade? E por que a mainstream não usa esse recurso?

Acho fundamental. Qualquer documento que exista e você tenha disponível, acho que você link para o site do governo ou sobe para o drive da Pública e coloca o print. Acho que é uma questão de credibilidade e de segurança para o jornalista. Fiz uma matéria que ouvia a fala de uma psicóloga que tinha sido condenada por praticar terapia de regressão sexual para LGBT, tinha uma fala muito transfóbica que foi feita na Câmara dos Deputados numa palestra e eu fui citar isso na matéria. Eu não estav lá mas tinha a transcrição oficial no site. Não faz o menor sentido eu não linkar isso porque dá credibilidade para o que eu estou falando. E também pela questão juridical. E também acho que tem que se evitar linkar um sanduichão de declarações de políticos baseadas em reportagens que não tem o context geral da

fala. Às vezes a reportagem diz: “Paulo Guedes disse isso...”. E é uma nota pequena que não traz o contexto. Fazer apurações em cima de apurações em cima de apuração de apurações. A fonte primária é o ideal.. Mas claro, se é um furo que o jornal deu e você não tem como chegar no documento oficial, no levantamento que outro jornal fez, acho válido.

E acho que a mainstream media não faz isso por uma lógica de concorrência. Não vou linkar meu concorrente. Dessa cultura do furo que tem no jornalismo. Você não vai falar que essa pessoa já fez um levantamento parecido com o seu antes. Eu entendo que o jornalismo tem que ser inédito. Também, se eu vejo que alguém fez a matéria e eu não consigo acrescentar nada, tomo cuidado para não ficar nisso. Você tocar numa parte para desenvolver algo maior. E acho que o digital tem essa lógica do SEO. A melhor prática de SEO é você ter hiperlinks para o seu próprio domínio. Então, acho que esses sites profissionais devem usar isso muito. Quando outro site link a Pública, ele está validade para nosso site. Acho que tem práticas mais fechadas por serem empresas maiores, então tem muito mais essa ideia do SEO. Não sair linkando para outros.

Alguns links estão quebrados. Não são muitos. Exemplo. Coquetel com 27 agrotóxicos, onde cita a metodologia lê-se acessa a base de dados...E vai para page not found

Qual o procedimento que você tem em relação à essa questão?

Teve uma migração do site de 2012 ou 2013 e depois teve outra em 2016 ou 2017. E sempre nestas migrações se perdem links. Perde muito. A gente tem uma prática que é assim. Sempre que tem uma migração, depois de um tempo, um ano, a gente revisa esses links. A gente tenta depois de um tempo fazer essa varredura porque tem como você ver os links que estão quebrados. Só que não tem como a gente fazer isso sempre, toda semana, todo mês por causa do trabalho Então, tem desde casos de falta de cuidar, principalmente quando é um trabalho em parceria. A de agrotóxico foi com a Repórter Brasil. A pessoa que editou essa apuração, não sei se ela subiu esse hyperlink no nosso ou no da repórter Brasil. Às vezes é alguém lá que apagou os dados no drive, e a nossa matéria está linkado para esse, aí cai. Então os casos dos sites dos governos pararem de funcionar ou eles mudarem. Teve algum governo que mudou. Nesta gestão Bolsonaro alguns jornalistas reclamaram que os links antigos não funcionavam porque ocorreu algum

slug novo no link. A gente tenta fazer isso, dando prioridade às matérias que estão sendo mais acessadas. A gente só não consegue quando tem esse dinamismo maluco de creditar. Às vezes uma matéria que tem links. A gente tá num processo de organizar isso nos nossos drives para as bases que a gente subiu. Com a pandemia tudo se enrolou muito, a equipe trabalhando à distância fica difícil dar conta. Mas a gente já estava num processo de organizar e isso vai ser finalizado junto com o GitHub. Sobre links dos outros, acho que a gente consegue fazer isso de forma periódica.

Muitas vezes tem uma informação que foi mencionada no Estadão ou Folha, conteúdos exclusivos. Isso é frustrante para o leitor. O hiperlink te leva a ampliar a leitura. A informação que vocês dão não tem como checar. Acontece basicamente com O Globo, Folha, Estadão. Eventualmente vocês linkam para esses jornais. Isso não compromete a informação?

Acho que o ideal somente seria linkar para um levantamento que seria muito sem sentido não citar. Porque tem hashtag. Ou uma apuração que não tem como você chegar ao documento. Às vezes o repórter tem mas não linkou na matéria dele. Mas só quando é acessório ou um adendo para o que se está falando (na reportagem). Se alguém fez isso de linkar uma coisa que é central para compreender o que a gente tá falando, acho que foi um erro nosso. O ideal seria tentar trazer um trecho da reportagem, explicar pelo menos o que é. Porque se a pessoa quiser ver o link para ver a matéria completa é útil. A gente tentar priorizar, a não ser quando é impossível, esses sites que tem a reportagem aberta. Mas realmente são dilemas do jornalismo atual. Você precisa ganhar dinheiro, esse modelo de paywall é difícil. Mas você vai paywall numa matéria de pandemia no meio da pandemia. Isso é ético? Ou então você tem que pagar o jornalista. Acho não tem uma solução para isso. A gente tenta diminuir mas provavelmente às vezes escapa.

Até porque a informação que vocês querem dar está na Folha, especificamente, ou no O Globo, especificamente. São aqueles jornais que fizeram aquela cobertura...Seguindo nessa linha, como é para você a seleção das fontes primárias? Como você estrutura as fontes qualificadas? E você acha que na seleção das fontes, se o jornalismo acaba fazendo o enquadramento e incorre sempre em um viés?

Filosoficamente, é impossível argumenta que a escolha das fontes no jornalismo não envolve enquadramento. Acho o ato de jornalismo é um enquadramento. Não sou do time que diz que o fato se impõe. Para mim, a definição de jornalismo é um formato mais antigo. E narrar é enquadrar. Na faculdade houve essa insistência com o enquadramento então eu tenho essa hipótese. Acho que é impossível. Mas eu acho que o enquadramento é múltiplo. Ele existe em todos os aspectos seja na seleção da fonte, ao lugar onde você coloca a fonte no texto. O destaque que você dá para a fonte. As perguntas que você faz para a fonte. Mas também em todo o resto da apuração.

Acho que existe o enquadramento sim. É claro que é important ever se esse enquadramento está levando a um viés deturpado. O que ajuda nas matérias de dados é que no geral a gente não faz matérias que dependeriam exclusivamente da fala de uma fonte como um especialista ou pesquisador. E que isso sustente o central da matéria. Geral, é o oposto. O levantamento de dados vai ser um enquadramento? Vai. Mas às vezes nem é nosso. O Ministério de Saúde tem a ficha de notificação de um jeito tal para fazer um determinado levantamento. Mas aí não tenho como criar uma ministério próprio, meu SUS para fazer um enquadramento melhor.

No geral é o oposto. A gente já tem o recorte. Já viu que teve esse aumento. Aí você pode questionar o Inpe mas a gente evita ser uma coisa do tipo conversei com um pesquisador que me disse que existe isso e eu construir a matéria toda em cima disso. Para as matérias de dados isso é mais simples de ser selecionado. Não vou buscar um pesquisador que não trabalha com queimadas. A gente coloca o pesquisador que lança o problema dos dados. Campanha de vacinação, colocamos o quanto do não preenchimento dos dados de raça podem impactar nisso. Está dentro da matéria. Isso quer dizer que tudo que ele escreveu pode ter um problema? Mas a gente deixa isso claro. Mas isso não significa que não existam esses dados. E esses dados não sejam o que a gente tem. Então é isso que tenta... não fazer uma matéria que se sustente na fala de um pesquisador para evitar que nosso enquadramento ao selecionar esse pesquisador conduza matéria toda. E a gente ainda dá espaço para falarem: “interessante. Esse é uma leitura da realidade, é válida. Mas ela tem esse e esse problemas...”

Eu reparei isso. Vi essa crítica presente na matéria. Você e outros repórteres partem dos dados oficiais e realmente escutam várias fontes. No texto sobre como mudou a reportagem nos dez anos da Pública, a Ana Beatriz fala sobre buscar a diversidade. Vocês tem mesmo essa preocupação?

Sim. A gente tá num momento muito difícil. É horrível usar este termo mas a gente tá vivendo isso daí. Então tá muito difícil em alguns temas buscar essa diversidade sem cair em armadilhas. Tipo medicamentos em relação à Covid. A gente tem algumas preocupações extras. Buscar a universidade é diferente de falar com alguém que fez uma pesquisa falando se funciona ou não. No geral, os pesquisadores da comunidade científica são um pouco mais tranquilos. Eles conseguem achar dados e perspectivas diferentes sem escalar para algo do tipo: “eu refuto totalmente tal pessoa e todas bases dela. Como a gente faz muitas matérias em relação ao governo, a gente tenta dar esse outro lado, essa outra perspectiva que às vem do próprio governo ou das fontes oficiais. E muitas vezes a gente acaba derrubando. A matéria não chega a ir porque é considerada muito complexa ou você não conseguiu ouvir o outro lado ou outra perspectiva que mostre a contradição ou esse complexo. Acho que a gente tá vivendo uma época que está sendo muito desafiadora para os jornalistas.

Você quer dizer que você percebe um viés no próprio especialista?

Mais do que o especialista. Às vezes é difícil encontrar um outro lado, uma pura verdade em alguns temas que não seja extremista. Por exemplo, matérias de pandemia envolvendo a questão dos medicamentos. Boa parte dos pesquisadores que a gente conversa, varia um pouco, alguns com mais cautelosos, outros mais taxativos mas tem visão parecida quanto à eficácia de alguns medicamentos. O problema é achar alguém que poderia polemizar, primeiro que queira conversar e segundo que tenha alguma base que a gente possa trazer. Eu não posso contar com a fala de alguém que diz que isso não existe porque é a indústria farmacêutica que está querendo matar todo mundo, porque o vírus não existe, porque a China... Tá sendo difícil achar o outro lado que seja razoável para alguns temas.

Como fica a confiabilidade na base de dados? Vocês contam com bases que existem e usam a LAI. Como você faz para confiar? Um faro ou uma checagem mais cuidadosa?

Uma das coisas que já percebi sobre o jornalismo de dados é que é um processo de aprendizado constante. Por exemplo, é ilusão achar que numa matéria de meio ambiente vou conseguir fechar nosso conhecimento para dar uma palavra final sobre determinado dado de meio ambiente. Então, dá par ver uma progressão, se você pega matérias do mesmo tema, ao longo do tempo, a forma como a gente foi trabalhando essa bases foi melhorando e foi ficando cada vez mais refinada. Umas coisas a gente foi deixando para trás.

Tem várias dados que a gente desiste de trabalhar quando a gente vê problemas. Uma delas é a do Caged, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Houve uma mudança metodológica na forma como o governo estava colocando esses dados. Então, decidimos internamente abandonar qualquer matéria usando a base de dados do Caged por enquanto. Se a gente vê que a base tem um problema como esse, motivada por uma mudança de metodologia, a gente precisaria buscar algum especialista nesta base. Pegar um dado do ano passado e desse ano e comparar. Precisaria de alguém que fizesse algum tratamento (na base de dados). Se a gente achar que tem que fazer uma reportagem de fôlego e possa ficar dois meses em cima dela, a gente faz e tenta corrigí-los. Mas aponta, sim, várias matérias que a gente deixa de trabalhar ou trata com recortes maiores.

Por exemplo, a de vacinação a gente discutiu porque ela tem um grau muito grande de pessoas que não tem informação da raça. A gente trabalhou essa base calculando se com esse grau de pessoas que não informam raça, se todas fossem brancas ou se todas fossem negras, se isso ia mudar tudo o que a gente fez na matéria. A gente viu que não seria suficiente para mudar e que não teria um indicativo que esses 20% seriam todos negros. Provavelmente, vai ter um pouco de negro, um pouco de branco. Vai ter mais de uma raça, de uma cor mas não seria necessariamente 100% de uma. E mesmo que fosse, não derrubaria (a tabela). Mas a gente viu que para indígenas isso era mais impactante porque o número de indígenas é muito menor. Então, a gente evitou de fazer uma matéria sobre vacinação que envolvesse pessoas indígenas. A gente achou que poderia correr o risco de ficar mais incerto. Então às vezes, a gente derruba recortes dentro da base quando a gente vê que poderia ser problemático. Então tem todo esses movimentos. Desde os dados que a gente derruba porque a base é complexa, seja quando a gente tem um recorte na base que a gente fala: para fazer de forma segura, tem que examinar. Ainda mais contando com a falta de atendimento dos órgãos para explicar

A gente envia perguntas para as partes técnicas sobre o que a gente está fazendo; a gente envia uma parte da análise e pergunta se faz sentido, vocês concordam com isso? Mas a gente tem obtido poucas respostas. Às vezes a gente desiste de algumas coisas que a gente não teve como sustentar.

E a questão da checagem dos dados que vocês mineraram? Como funciona isso?

Quando a gente tá numa equipe, que tem sido eu e a Bianca Muniz. Ela é estagiária e ela trabalha com dados comigo. A gente tem uma metodologia que sempre que um faz uma análise de dados, o outro checa. E a gente tem uma forma que a gente sobre as planilhas que a gente organizou para ficar fácil da gente entender o que cada um fez, as contas... Quando é um trabalho maior que envolve muitas bases, a gente procura até especialistas no tema. A gente já até atrasou publicação de matéria. A gente mostra a nossa base e pede para eles darem uma olhada na metodologia. Quando a gente está escrevendo uma matéria a gente tenta sempre consultar para ter certeza. Depois passa por uma revisão editorial e ortográfico. Às vezes não é nem no número mas o termo que você coloca antes do número, registro dentro de tal critério. Às vezes o problema não é o dado mas a construção narrativa em cima dos dados. A gente fica sempre atento se alguém aponta algum erro depois que a matéria saiu. Sempre que a gente atualiza algo, seja dado ou texto, a gente coloca no pé da matéria e avisa aos republicadores.

Essa matéria sobre Moema, que é o bairro com menos negros em São Paulo, e Jardim Angela o bairro com a maior percentagem de negros que viu as mortes de Coronavírus quase triplicarem. Esse bairro não aparece no gráfico. Por que?

No gráfico a gente coloca o que a pessoa lê no texto, uma apresentação visual de algum recorte. Todas as coisas que a gente cita no texto, a gente mostra no gráfico. Acho que nesse caso a gente deve ter citado no texto o bairro com maior quantidade de negros. Mas os estavam da maior e da menor (população negra) com dados de índice de mortes. Fazia sentido colocar no texto. Moema foi uma coincidência. O que tinha mais brancos e estava no ranking lá.

Você fica surpreso com esses resultados?

O foco principal era falar que estava aumentando as mortes (entre negros). No início, a gente pensou em fazer de várias cidades mas tem várias cidades em que mudou a definição de bairro. A gente pensou em fazer Salvador porque tem a maior população negra no Brasil. Mas tinha alguns problemas com alguns bairros e não dava para fazer. A gente conseguiu dados de São Paulo mas não sabia para onde encaminhar a matéria. Eu me surpreendo quando uma coisa se encaixa assim. Dava para imaginar que Moema teria uma expectativa de vida maior. Mas fiquei na dúvida se a mortalidade do Covid ia ser tão assim (diferenciada). Até porque no início da pandemia a maioria dos casos foi entre pessoas que voltaram do exterior. Quando a gente fez essa matéria, a gente achou que teria dado isso. Porque a gente tinha o exemplo dos Estados Unidos. A gente viu uma matéria na Times ou Washington Post que fez isso mas lá as cidades têm os dados abertos. Mas talvez não dê tanto porque na época a pandemia ainda estava crescendo menos que nos Estados Unidos, tinha menos casos. A gente pensou: nos Estados Unidos também é super segregado mas 1:11. Você tem o Centro que é um pouco misturado, bairros mas nobre e ricos e a periferia onde tem bairros ricos como Alphaville. Então a gente achou que não fosse dar tanto. Então, a gente achou que ia dar esse desigualdade tão gritante. Mesmo com esse percentagem que não está preenchida.

Essa matéria pequenas cidades brasileiras tem mais de 10 mil mortes ...José Acosta Filho. Como você conseguiu descobrir os casos e fazer as entrevistas? Foi pela base de dados ou indicação de assessor?

Quando eu entrei para a Pública um das coisas eram o jornalista voltar ir para rua. Mas acho que é um pouco contraditório mas ao mesmo tempo faz sentido. Acho que é assim. O jornalista tem que fazer quatro matérias por dia, corrido e sentado. Ele vai achar um lead... 1:14 Eu acho que o jornalista sentado investigativo seria uma pessoa que vai fazer muitas entrevistas mas ele não está buscando a pessoa só para fechar dentro de uma ideia pre-formatada para entregar e fechar rápido Mas tá buscando falas que contribuem para a apuração e já existe independente dessas falas. Desse caso, vou precisar lembrar como cheguei nela. Mas eu sei que cheguei na cidade dele porque os dados apontavam que era a cidade com maior grau de crescimento.

Eu fiz uma matéria que eu ajudei com a base de dados. No final teve festas de reveillon e depois em algumas cidades do litoral a pandemia explodiu. A gente

tabulou para onde toda a cloroquina que o Exército tinha produzido tinha ido para o Brasil; como tinha sido distribuída. E nós chegamos em cidades-chaves onde mais tinha cloroquina por número de habitantes. Uma dessas cidades tinha sido Porto Seguro. Quando nós chegamos em Porto Seguro, eu falei para uma colega minha que tinha feito outra matéria de dados sobre Porto Seguro para buscar contatos na secretaria de saúde com pessoas que estão lá para poder contar um pouco essa história.

Mas aí eu acho que é diferente de estar fazendo uma matéria e enfiar um personagem para fechar. Porque na verdade a história já estava ali. Porque a apuração foi feita e indicava que esta cidade tinha recebido muito cloroquina. O fato da gente achar alguém seja por redes sociais, acho que teve um caso que alguém estava reclamando no perfil da prefeitura no Facebook. Acho que isso não faz diferença de eu estar na cidade conhecendo a pessoa. Claro que se eu você for a cidade, você vai fazer uma matéria até muito mais rica. Mas a história não era sobre a cidade. Esse personagem serviu para dar uma cara um pouco maior, narrativamente falando, não no sentido de apuração, do que acontecia ali. Mas neste sentido eu não acho que tem esse problema de jornalista sentado porque eu não estou usando um personagem que eu achei de forma fácil para segurar minha matéria. É mais assim. Eu uso a apuração que eu já fiz e uso os meios digitais até porque na pandemia tem o risco do contágio, para conseguir incluir mais elementos narrativos na reportagem mas não é porque essa moça do interior de Manaus, que o pai morreu, que eu estou produzindo a matéria. Ela serve para mostrar as mortes que estão acontecendo. Morreram 100 pessoas. Olha a cara de uma dessas mortes.

Em reportagem da Pública, você diz “Também aprendi que há muitas histórias descarnadas em páginas de planilhas, em documentos que exalam um tédio burocrático mas que movimentam montanhas de dinheiro (...) e fazem e desfazem direitos dessas mesmas pessoas de carne e osso que as outras histórias contam.” Isso seria um exemplo. É uma forma de humanizar. Os dados trazem esta perspectiva?

Eu acho que tem essa preocupação metodológica. Se eu estivesse nessa cidade, eu poderia falar fontes. Eu poderia fazer uma reportagem com as histórias por si só. Eu acho que o problema seria usar essa matéria como uma inferência para um cenário maior na cidade, no estado ou no país. Isso eu não acho que seria

metodologicamente válido. Não significa que você vai derrubar a mat éria. Mas partir disso para o geral, eu acho complicado. Por outro lado já tem uma história geral que você sabe por causa da base de dados, acho que trazer essas histórias é uma forma de humanizar, sim. Mas eu também acho que, no meio do contexto da pandemia, a gente crise de humanidade. A gente está se perguntando como humanizar as pessoas. Seja porque as pessoas precisam se proteger mesmo. Realmente se você desmoronar cada vez que você fizer uma reportagem, você não vai ter o dia seguinte.

Mas eu não acho que sejam só as histórias que humanizem. Teve várias histórias que eu vi que o que as pessoas compartilhavam chocadas eram os números. Essa primeira da morte dos negros no início da pandemia, pessoas compartilharam o infográfico. Isso chocou. Eu acho que é claro que você tem que chegar numa história de pessoas. Se você traz que para cada pessoa branca estão morrendo duas negras, eu acho que isso é uma forma de humanizar. Acho que humanizar, e os jornalistas às vezes erram um pouco nisso, não é só falar que a pessoa está enlutada, chorando, em prantos... Tem várias mat érias que a gente não quer trazer esse sofrimento. Tem pessoas que a gente não vai ficar perguntando. E eles devem ficar se perguntando: a gente tá falando isso. E tem gente que não leva a sério. Eu não é por falta de história humanas que as coisas não se humaniza. Acho que é um conjunto e a Pública tem essas histórias de dados que vão trazer essa dimensão (humana). Ele legal tentar fazer a mesclagem. Mas não tem que ter um fetiche por enfiar uma história triste para achar que isso vai promover. Chega uma hora na vida do jornalista que os dramas vão se repetindo, infelizmente. O sofrimento vai ficando parecido. É horrível mas é a condição humana.

Tem vezes que a gente começa com a história da pessoa, tem vezes que a gente começa com os dados. Mas às vezes é um dado que vai chocar. Vai acabar o medicamento em dois dias. Às vezes é a história da médica desesperada falando

Tenho que falar sobre visualização, a Pública publicava showeware, ou seja, trazer para o digital exatamente uma cópia do que foi publicado no impresso. Eu reparei que no início da Pública usava um infográfico quase como se pudesse imprimir aquilo e virar uma página de jornal. Tem vários assim. Vocês foi mudando, evoluindo. Cada vez são mais trabalhado. Como é

o processo? Vocês pensam de forma concomitante com a apuração? Você consegue perceber no início o que vai render?

No início era um frila que fazia a infografia. Eu acho eu o fato d' eu entrar e ser um jornalista porque fica mais fácil você entrar na matéria o mais antes possível. Umas das grandes batalhas que qualquer pessoa que faz infográfico tem é de de falar para o repórter que a arte, ou melhor a visualização, não é um apêndice. Não é para você escrever um docs todo e falar “ aqui é a arte com esse e esse números”. Às vezes outras pessoas na redação vão dizer: “Não, é outro número que tem que entrar aqui”. “Isso não é tão importante.” “Isso não é tão central.” “Isso o leitor não vai entender, está confuso.” A gente tenta entrar antes, o máximo que der. Às vezes não dá porque está todo mundo cansado. As que eu faço, eu tenho um controle maior então é mais fácil visualizar. Dá para visualizar antes, sim. É muito difícil passar essa ideia para outra pessoa.

Mas acho que na Pública tem algumas peculiaridades que outros lugares não tem. A gente trabalha muito com republicação. Então, alguns infográficos interativos que a gente fazia antes, dava muito problema no sites dos republicadores. Essa é um problema que a gente tem com uma grande visualização interativa não vai funcionar em metade das pessoas que tem sites diferentes. Alguns lugares se desfazem dos nossos infográficos porque tem que seguir a estética deles. Mas até mesmo um blog de uma pessoa que não vai ter tempo de montar o gráfico.

A visualização com as redes sociais mudou a cara também porque o que a gente faz já pensa em formas que possam ser adaptadas para as redes. Umas das coisas que mais deu certo neste material de vacinação foi um carrossel de vacinação que a gente fez para o Instagram e trazia pequenos detalhes dos infográficos para Instagram. Aí já era outra lógica. A pior coisa que podia existir para o infográfico é o celular. Você pensava em algo rectangular para o computador e agora você tem que pensar em outro formato.

Eu tenho notado que vocês tem usado Tableau. Está se popularizando?

Acho que não. Ficou mais popular em 2015. Em 2016, quando entrei no mestrado, acabei usando. O professor estava usando. Na Pública, a gente não gosta de colocar visualização do tableau na matéria porque também tem esse problema da interatividade que dá problema com o site. Você não consegue comprar acesso para a redação inteira porque é caro. No mestrado eu tinha acesso para fazer a

pesquisa. Às vezes a gente usa internamente para tabular os dados. Não acho que cada vez as redações estão usando o Flourish porque são gratuitas e abertas. A gente ainda não está usando por incompatibilidade do site. O que acho que seria uma tendência é de envolver pacotes de programação em R. Pegar essa estética do que a gente já faz e criar uma plataforma interna para outros repórteres irem criando. E eu coordenei de dar um tapa final na infografia mas eu não tenho meio de produzir como se fosse um meio automatizado.

Para os republicadores?

Para todo mundo. Só que isso vai demorar porque a gente tem que testar. Abrir o site no celular, abrir o site sei lá aonde. Para ver se funciona. Testar com matérias antigas. Precitaria de tempo. A tendência é ter isso e não fazer o gráfico interativo para facilitar.

Você gosta de interatividade. Como um criador, como você avalia?

Tem pessoas que gostam e outras nunca vão parar entrar. Tem uma discussão ferrenha na comunidade. Tem o povo que mais da infografia, da informação relativamente tratável, ou da visualização de dados. Eu acho que as pessoas estão muito cansadas. Como eu, tem trinta milhões de coisas e o jornalismo compete com Netflix, que compete com o Instagram...Eu acho que a competição do jornalismo não é com outro jornal. A maior parte da população vai demorar para entender o que é um site jornalístico, o que é um correio de whatsapp. As pessoas não fazem essa divisão. Só na cabeça de jornalista é que a gente acha que as pessoas sabem diferenciar o que é uma reportagem do que um editorial e uma coluna. As pessoas mal sabem o que é matéria da Pública quando sai em outro lugar. Então, eu acho que as pessoas tem muita informação para pouco tempo e cansaço. Eu acho gosto de prática interativa mas tem que pensar que para a pessoa ficar um tempo mexendo ela tem que gostar. Eu super acho que vale mas não pode virar o fetiche de qualquer visualização. E tem que pensar se a ideia se sustenta nisso. A interatividade envolve milhões de conceitos que a infografia talvez não ache que tem tanto. Até de gamificação, experiência dos usuários. Mas é aquela diferença: você vai escrever um texto ou fazer um documentário.

Qual a importância da LAI?

É central. Eu uso desde 2013. Eu devo fazer uns três pedidos por semana. Até fiz uma matéria no ano passado que o governo estava negando resposta à Lei de Acesso que você estava buscando informação para incriminar, para buscar algo errado, que era uma pescaria. Tem vários ministérios que eu não tenho mais respostas. Eu nem tento. Sempre existiu mas com o governo Bolsonaro está muito pior. Também a pandemia está impactando os servidores. Acho que é fundamental. Ela se popularizou. Quando surgiu, eram poucos. Até porque é difícil colocar a LAI no jornal diário mas toda semana tem uma matéria na Folha e no Globo...esta é informação foi obtida por Lei de Acesso. Mas as tentativas do governo de derrubar, seria impeachment automático. A lei já não é cumprida. Muitos lugares não respondem. Estou com vários pedidos abertos depois de prazos. Vários lugares ficaram mais espertinhos para elaborar a justificativa. É fundamental e tinha que ser aprofundada.

Essa reportagem sobre a cloroquina demorou muito?

Demorou. Na verdade, eu tinha pedido no ano passado e eles não tinham me respondido porque disseram que precisavam de detalhamento. Eu tive que refazer. Mudei um pouco o texto. Algumas coisas, eles responderam.

Nas reportagens que vocês citam a LAI geralmente vocês não colocam link para os dados?

Eu acho que quando é Excel a gente costuma colocar lá embaixo a planilha original. A não ser que seja algum caso que seja pessoal. Uma coisa interessante é a gente colocar o link do pedido e a pessoa já baixa lá. A gente costuma colocar a planilha a não ser que seja uma matéria muito grande porque às vezes o que a gente conseguiu no pedido não é necessariamente o que está na matéria. Algumas que a gente está apurando. Algumas que não deram certo. A gente recortou uma parte do pedido. Essa da cloroquina a gente não colocou o pedido mas colocou a planilha com toda a informação original que a gente recebeu. A gente não costuma subir o texto original, porque tinha erros. Teve um dado que a gente teve que tirar dúvida.

O que é rigor e precisão e o método de trabalho?

A gente tenta fazer essa conferência dos dados entre eu e a Bianca. Passar por uma revisão infográfica e jurídica, principalmente quando envolve termos jurídicos, ter tempo é importante. Ter essa política de sempre colocar os dados e ser transparente. Informar sobre qualquer mudança que a gente faz na matéria também é um dado de precisão. A gente tenta desenvolver alguns métodos de poder checar, circular o trabalho entre a equipe. Também tem a analista que trabalha comigo nos infográficos. A gente circula os infográficos que a gente faz para ver se tem algo errado. Porque às vezes na hora de escrever você aperta 5 ao invés de 6. Eu acho que o que a gente tem hoje isso. Estas formas de autochecagem da equipe, de transparência nas decisões e de revisão dos textos.

Vocês às vezes mandam dados para especialistas?

Isso. No geral, ultimamente a gente tem feito matérias que são mais diretos. Do tipo, a distribuição de cloroquina. Quando a gente tem alguma dúvida na base de dados, a gente pergunta. Essa, eu não lembro se a gente tirou dúvida com o Exército ou se a gente tirou com as secretárias que estavam apontadas lá. Eles teriam escrito secretária estadual onde alegavam que era uma cidade. Mas quando envolve um monte de cruzamento de dados, a gente bate com pesquisadores do tema e pergunta se faz sentido ou não faz. Às vezes, até a fonte que está lá falando na matéria com aspas, foi uma fonte que a gente consultou antes de fazer qualquer pergunta. Olha, a fez isso, isso e isso. Faz sentido? Qual a limitação? Uma das coisas que a gente evita são as que mostram nexos. O pesquisador fala não dá para ligar isso com isso.

Vocês pedem orientação para especialistas?

Precisa porque tem muito pegadinha da área. Só quem tá trabalhando há anos nisso vai saber.

Natália Viana (entrevista realizada em 04 de março 2021 via google meet)

Natália, como está a saúde financeira da Pública.

Teve uma mudança muito significativa que foi o programa de aliados que vai fazer dois anos em abril e hoje em dia a gente tem 1.500 aliados que nos apoiam

e o total é 30 mil reais por mês. É uma coisa muito bacana. Uma coisa nova pra gente. Representa um pouco mais de 10% do nosso orçamento. Pra gente é super legal. 10% não é tudo mas é muito bacana. E aí a gente tem apoiadores institucionais, a Fundação Ford, americana e a Fundação, Oak. E também financiamentos por projetos que estão indo bem. A gente sofreu o baque do coronavirus mas pore star muito no meio do furacão, acho até que houve mais interesse de financiadores por pelo viés emergencial. Então, este ano e ano que vem estamos ok.

Sobre a independência da Pública, como é a relação financiadores?

Por princípio, a gente nunca aceita um trabalho comissionado. Isso acontece bastante. Vem um financiador, uma ONG e diz ...”a gente tem dinheiro aqui. Vocês investigariam tal. A resposta é sempre não. Não tem um projeto da Pública que tenha origem que não seja dos nossos editores ou da nossa visão editorial do que precisa ser coberto no próximo ano, nos próximos dez anosm . A gente tem uma estratégia de quatro anos. E sempre foi assim. A gente sempre foi muito dura com os financiadores e eles acabam respeitando isso porque a gente explica pra eles que a gente não pode abrir mão da reputabilidade jornalística para cumprir o seu desejo porque no final, no fundo, no fundo, isso vai prejudicar toda a operação.. E também, coisa que eu sempre digo para eles a gente não pode trocar o antigo anuciante tipo Vale do Rio Doce, que pagava para os jornais fazerem matéria sobre eles, pelas vontades de uma ONG, seja quem for.

A gente tem uma política de financiamento que estabelece muito bem isso e em muitos dos contratos a gente coloca uma cláusula que deixa muito claro que é zero interferencia editorial. Além disso, uma regra absoluta, os nossos financiadores não recebem nenhuma informação sobre o que gente está trabalhando ou vai publicar antes do público. A gente publica no site e manda para eles, como pra todo mundo. Mas zero informação sobre o que a gente está investigando antes. Eles apoiam muito mais o tipo que de jornalismo que a gente faz, os temas mais amplos que a gente cobre. Por isso várias ONGs de direitos humanos apoiam a gente porque sabem que a gente é comprometida com os direitos humanos mas a gente é comprometido com os direitos mas não é comprometido em investigar os direitos humananos no governo Doria.

O que é jornalismo independente?

Eu digo independente que não faz parte de grandes conglomerados de mídia, fundados por jornalistas, liderados por jornalistas. Não tem a estrutura que tem um gap enorme entre quem administra e quem é chão de fábrica. E portanto, organizado por jornalistas, são organizações vocacionadas, missionadas, ou seja, que tem toda a estrutura montada para produzir um bom jornalismo. Porque o compromisso é enorme com a qualidade do jornalismo e com o que ele publica. Quando eu chamo jornalismo independente é disso que estou falando.

E a questão do viés e o equilíbrio entre o interesse público e o interesse do público. Pesquisa do Wikileaks sobre o interesse dos leitores. O tema vencedor foi sobre alienígena. Nas retrospectivas, as matérias mais lidas talvez não sejam as que vocês imaginam que vão despertar maior interesse do leitor.

Com certeza. Na verdade...às vezes a gente acerta; às vezes, a gente erra. Só que a gente tem uma grande vantagem e isso vem sendo pensado desde o modelo, que é o fato da gente ser uma agência. Porque a Pública não depende do público que vem a sua página. A gente tem os nossos visitantes que vêm às nossas páginas e às nossas redes sociais. Mas pelo menos 3, 5 vezes mais pessoas leem nossas reportagens pelos republicadores. A gente tem grandes republicadores, Folha, UOL, El País, Yahoo e outros milhões... Viajando, exagerei... são publicada, em media, por outros uns 20 sites. Não são milhões, são dezenas...

Então, a gente não depende dos cliques dos leitores. Se você depende dos cliques dos leitores, você começa a entrar numa espiral em que vc acaba tendo que sacrificar o jornalismo de interesse público.

Não existe um site como a Pública que queira atrair público porque não vai dar certo. Só tem notícia ruim. Não tem uma nota sobre o big brother. Nem eu leria a Pública todo o dia para me informar. Não dá. É um jornalismo. É um jornalismo muito especializado e de investigação. É também não acompanha o que acontece em todo o Brasil. Então funciona melhor se distribuído para vários públicos e vários lugares diferentes. Por exemplo, na revista Exame que vai ter o ranking das melhores empresas e vai ter uma investigação da Pública no meio deste mix. E vai fazer muito sentido. Nossos republicadores dão muito valor para isso. Então isso nos permite apostar em pautas. Inclusive que a gente sabe que vão ser concluídas.

POr a gente tem uma capacidade de gente tem maneira de registrar a história... A gente só publica o que a gente tem prova. A gente não faz uma matéria em off agora a gente tem um reporter em Brasília e o povo adora falar em off. Mas a gente não gosta de falar em off. A gente gosta de usar documentos. Então tem o registro de algo que aconteceu, Pode ser algo que ninguém recuou. Pode se algo que alguém vai descuybrir em dois anos. As pessoas leem. Isso acontece muito na Pública.

Tenho um exemplo que eu acho incrível. Eu estava investigando a morte de civis por militares durante um ano quando aconteceu a morte do Evaldo e a gente já tinha dez reportagens sobre casos semelhantes. O Evaldo, aquele que levou trinta tiros de fuzil. Isso porque eu já estava ali. Quando aconteceu este desastre que era relativamente previsível. As pessoas acompanhavam o que estava acontecendo, você tinha todo o registro histórico.

Hoje mesmo, um procurador da defensoria pública a União pediu a base de dados que eu tenho porque ele vai usar numa exposição sobre o contexto. As nossas matérias podem até não ser tão lidas mas muitas são usadas em processos judiciais, por defensores, porque o Ministério Público está abrindo processo, por políticos, acadêmicos que nos procuram, outros jornalistas investigativos. Ao publicar você deixa um documento histórico sobre aquela coisa. Muitas vezes, na verdade, cada vez mais, eu diria até, a gente ouve sim o que importa ao público. A gente não pode se distanciar 100% do que as pessoas têm a necessidade de saber naquele momento. O ano passado, por exemplo, uma das matérias mais lidas foi feita por dois estagiários. Chama “Cheiro podre, fadiga e danos neurológicos: pacientes com sequelas de Covid-19 não conseguem tratamento no SUS. A pessoa que tem COVID fica com uma sequela, fica sentindo cheiro podre por um tempão. É uma bobagem, não é uma grande investigação mas quando eles me contaram, eu falei: “nossa, que coisa chocante”. E como tem muito gente pegando COVID, muita gente busca isso...”o que eu estou sentindo, o que é isso?”. Esta matéria é uma das mais acessadas. E essa é totalmente serviço público.

Por que publicar os documentos?

Isso tem a ver com o nosso nascimento. Nós somos parceiras do wikileaks desde o começo. E o princípio do Wikileaks, o princípio do vazamento, aquilo era muito forte em 2011. E o que acabou com a legacy media, a mídia tradicional foi a impáfia de acreditar que bastava o seu nome. E o seu nome deixou de ter aquele

valor. Os jovens não estão nem aí se é Folha (de S. Paulo). Realmente. O que você precisa é conquistar um a confiabilidade em que você perceba que o leitor também é ator, tem todo o direito de te questionar e todo o direito de te averiguar o que você está falando. Com isso, você deixa o mais transparente o seu processo e as bases que te levaram àquela conclusão. Com isso você conquista duas coisas. Primeiro, o leitor porque se ele quiser ir, ele pode contrariar, alguns contrariam, questionam e atacam. Mas você permite que outros jornalistas, pesquisadores, políticos consigam ter uma visão ainda maior daquilo que você publicou. Por isso é que a transparência permite que outros criem a partir do que vc produziu.

Isso veio do wikileaks ou vocês foram inspirados por outros veículos?

Fui muito por causa do Wikileaks mas naquela época também havendo uma grande movimentação de dados abertos dentro do governo. Era época da LAI, que foi divulgada em 2011. A Pública nasceu em um ambiente muito ligado a isso que se chamava Casa de Cultura Digital, em São Paulo, que juntava muitos ativistas do copy left. Essas discussões estavam pautadas em vários níveis, inclusive no Congresso, do Ministério da Cultura que fez todo aquele negócio do copy left. A transparência dos dados e o compartilhamento dos dados é um assunto que avançou muito. Avançou tanto que para o governo é regra. A imprensa tá precisando abrir mais. Tudo isso estava sendo discutido naquela época e como nós nascemos naquele momento, acho que foi muito a ver com as discussões que estavam acontecendo.

Por que a imprensa, de modo geral, não pratica a abertura dos dados e nem o hyperlink.

Na verdade nunca pensei muito sobre isso. Eu chutaria que é impáfia mas eu nem tenho certeza. E olha eu tenho pouco relacionamento com veículos tradicionais. Em off, a matéria da Patrícia Campo Melo, eu jamais publicaria porque você não sabe da onde ele obteve aqueles dados. Eu fiquei abobada. Como as pessoas acreditam? Acreditam porque é a Folha. Eu publicaria os documentos, publicaria que dados, que empresas para quais o trabalho aconteceu. Eu acredito que para a gente seja muito natural. Pra todos nós é muito natural ser transparente. Você convencer o leitor que o que você está falando é importante faz parte de um

lugar que a gente ocupa hoje menos que há 10 anos atrás. Mas talvez esses veículos tenham um mindset que não precisam explicar.

Você acha que essa transparência reforça a credibilidade?

Eu não tenho dúvida...Nos últimos quatro, cinco anos, você tem o ataque e a destruição séria de personalidades, de reputação. Aí é um outro nível. Mas assim o material da Pública é muito respeitado e em vários círculos jurídicos, políticos, militares porque são muito bem embasados. Tem muita gente que acha que é ideologizado, ideológico, esquerdista mas é muito difícil você destruir uma matéria da Pública porque ela é muito bem embasada. Naquela época que ninguém fazia isso, há 10 anos atrás, e acho que isso soltava mais. Hoje em dia tem outros atores fazendo coisas semelhantes. Quem vai clicar? O cara que tá ali lendo no celular, não clica...Mas professor clica, o Ministério Público clica, com certeza, o assessor político que vai usar. E isso é o que respalda todos esses autores pra diferenciar, etc., etc. No final você tem um uso e uma respeitabilidade que vêm com tempo mesmo se você mantém sempre esse padrão de transparência.

Vc fala que tem pessoas que acham que vocês tem um viés. Quando marcaram essa posição em relação ao governo Bolsonaro, não tiveram receio de serem vistos com ativistas?

Foi um decisão bem complexa. Foi o momento em que a gente decidiu parar de fazer fact-checking porque havia muitas discussões em relação a isso. O fact-checking tinha umas regras que não dão conta da realidade. Por exemplo, você tem que checar as falas de um candidato e de outro. Se o Bolsonaro falava que as urnas estavam sendo fraudadas e o Haddad errava um número. Eu peço que você não cite porque parece partidário mas não é partidário. Você acaba sendo injusto tentando ser justo. Tem uma coisa interessante que a Marina sempre fala. O jornalismo não é ciência. E nunca vai ser. Ele tenta capturar o espírito do seu tempo. Eu confesso que tive um pouco esse receio mas por outro lado a gente sempre disse muito claramente que a Pública tem como base o compromisso com os direitos humanos. Quando chega no governo um homem que sempre atacou os direitos humanos por carreira, ou você abre mão do seu princípio. Ou seja, a gente estaria sendo incongruente não dizendo muito claramente que essa é plataforma do governo. Se

tivesse chegado com uma plataforma diferente...Mas o Bolsonaro não mentiu. Ele sempre falou o que ele acha. Ele acha aquilo mesmo.

A gente só não sabia que ele tanto apoio como ele tem. Então, fazer isso é ser muito mais coerente. Ser transparente do que fingir que não é isso que está acontecendo. E eu acho super interessante que eu não imaginava que todos os veículos fossem checar o governo Bolsonaro. O que é o UOL cobrindo racismo e misoginia. Indígena, quem ligava para indígena.

Na verdade, acho que a gente acertou. Nós nos mantivemos no mesmo lugar deixando bem claro que a nossa visão sempre foi direitos humanos, sempre foi esse nosso standard básico. E os outros veículos vieram pra perto da gente, que nos ajudou também. Ajuda na nossa reputação.

Você acha que existe uma tendência do jornalismo investigativo de puxar o lado mais negativo, denúncia e crítica?

Ricardo Kotscho é nosso conselheiro e ele sempre fala que a gente precisa fazer notícia positiva. Precisa dar boa notícia...Mas Kotscho, não dá...a gente só faz má notícia. Isso que a gente sempre fez. A gente é uma agência de jornalismo investigativo. Não acredito que exista investigar coisas positivas. A gente está aqui para apontar problemas e não soluções. Não é que a gente fique caçando problema. Os problemas estão aí e vamos continuar relatando-os. Agora, eu digo, não recomendo a leitura diária da Pública para ninguém. Ninguém merece. Não é um site de entretenimento. Vai para outro lugar ler sobre as coisas bonitas que estão acontecendo no mundo, então.

Crise de credibilidade no jornalismo. Facilidade de publicar em plataforma digital e o desafio da confiabilidade?

Eu acho que a Pública teve a sorte de nascer num momento em que não tinha muitos outros atores digitais. Se eu fosse fundar a Pública hoje, eu acho que seria mais difícil. Aí eu olho outros atores que apareceram depois da Pública. Olha como nasceu o Brio, em 2013. Passaram por todos os veículos. Eram respeitados, homens brancos. Você tem o Nexo, um jornal que chegou com um grande plano, jornalistas que não são famosos e se mostrou uma empresa sólida. E tem outros como a Gênero e Número, que também não tem grandes jornalistas, mas que

também conseguiu espaço dentro de nichos. (...) não tinha ninguém competindo com a gente, nós ganhamos muito prêmios nos primeiros anos.

Hoje, a gente teria que pensar muito mais qual seria a estratégia para conseguir confiabilidade. Porque você chegando nesse momento, corre o risco de cair para um lado que seria de serviço, como a Mídia Ninja, serviço com a Brasil 247. Uma história que eu conheci profundamente e cheguei a duvidar que conseguiria jornalisticamente manter a confiabilidade é a Ponte, por exemplo. A Ponte nunca fez questão de não se dizer ativista, a Ponte diz que acredita em x, y, z. Eles são realmente menos técnicos, tem editorial pra caramba, digamos, eles são mais ativistas mesmo. Eles conseguiram ser respeitados pelos pares. Talvez o caso da Ponte mostre que talvez tendo bom jornalismo, que seria ...na apresentação e apuração e um plano de negócios. Você saber o que está fazendo enquanto empresa. Vc tem uma agência como Spotlight, com um jornalista fenomenal, maluco, que jamais vai conseguir ser chefe ou subornado.

O que é rigor e precisão? Tem alguma orientação sobre as fontes. “jornalismo com fontes primárias”. Existe alguma orientação da Pública sobre quem são?

A gente tem por regra não ter fonte em off. O papel do jornalismo investigativo é tentar entender o que aconteceu em um determinado lugar ou determinado momento da história, um determinado processo. Nossa papel é entender o que aconteceu. Para entender o que aconteceu você tem que falar com o máximo de pessoas que você conseguir e usar o máximo de pontos que você conseguir sobre aquele evento, independente de quem seja, um branco, um preto, um capitão, um general, se for vítima, se for mãe. Os jornalista que trabalham para a gente são obcecados. Eu sou assim.

Qdo eu publico uma matéria, eu fico sofrendo, será que eu estou sendo justa, sera que eu estou sendo injusta? Será que é isso mesmo? Eu estou escrevendo muito sobre os militares, sobre a Lava-Jato. Eu quero ouvir, conversar. Fala comigo, por favor. Às vezes você tem uma base no portal mas tem nuances e você tem que ouvi-los. Ontem mesmo, a gente publicou uma matéria sobre bolsonaristas. Tem um bolsonarista que tem um canal no Telegram que a gente mencionou na matéria e ele disse que não é dele. Tiramos, obviamente. Não tem porque eu duvidar da palavra do deputado. Qdo você tem provas, sim!

Tem uma matéria que eu gosto muito que eu fiz, que é sobre a Odebrecht em Angola. A matéria inteira é só com fontes da Odebrecht. Tem zero vítimas, você não consegue. E ela é um escândalo. Porque você ouvir todos os lados esclarece muito. Obviamente, você não vai concordar com todos os lados. Você vai ver que alguns lados são mais sinceros. Todo lado pode mentir. Isso tem que estar muito claro.

Essa história que jornalismo não tem lado, eu sou super contra. Eu entendo a Ponte, aprecio a Ponte. Sei que eles mais jornalistas do que tem um lado. Eles não vão publicar se não tiverem checado. Mas a gente da Pública é da linha que diz a pauta é uma pergunta. A pauta não é uma resposta. Se você sai de casa querendo provar que algo aconteceu, você não está entrando numa reportagem investigativa. Você está fazendo martéria. Você está fazendo outra coisa. Pra mim...a gente respeita o reporter que diz que estava errado e derruba a pauta.

Outro dia um grande repórter nosso derrubou a pauta e acabou saindo na Folha. Rigor é isso. Precisão é o que você almeja, como objetividade, como justiça, equilíbrio. Você faz o máximo que você pode. Às vezes, você ser justo é você dizer coisas que precisam ser ditas. Eu lembro no começo da Pública, ao invés de dizer desmatamento legal, a gente dizia roubo de madeira. Outro dia a gente numa discussão porque com *fake news* isso acontece muito. O próprio caso do Trump ou do Daniel Silveira. O video do Daniel Silveira não diz “eu vou invadir o STF”. As ameaças são indiretas. Mas elas são ameaças; precisam ser chamadas de ameaça. Você precisa almejar ser o mais preciso possível e ter a coragem jornalística de dar nome aos bois. (...) Principalmente sem usar sensacionalismo. Isso é uma coisa que a gente sempre vai fugir. No dia que a gente precisar fazer sensacionalismo para existir, acabou.

Vocês usam dados em muitas matérias. Muitas matérias da seção reportagem têm dados. Qual o parâmetro?

A gente tem um editor de dados (que é o Bruno Fonseca) e agora temos uma estagiária de dados. Virou uma editorial. No final, acaba sendo o que nasceu na cabeça do Bruno, vira dados. Mas também a gente tem muitas histórias...O reporter é inseguro, eu acho. Ele vai publicar depois que ele tiver checado e rechechado e rechechado. Muitas vezes, nossos reporteres estão com uma história maravilhosa

mas eles querem dados pra provar. Daí, eles vão lá no Bruno, você tem algo sobre isso? Ele vai lá e arruma um dado. As matérias de dados são construídas em torno dos dados e às vezes tem um ou dois personagens. As outras, é uma história que chega e a gente se empenha muito e o dado complementa. O dado não é a coisa essencial.

A reportagem especial sobre dano collateral, sobre os militares matando, tem um dado que é super relevante sobre cinco mortes. Eu fui lá e compilei mas esta história não foi construída a partir dos dados. Eu tenho impressão que isso transparece nas histórias mas você que está de fora pode me dizer. Mas eu não tenho certeza. O que vc acha?

O jornalismo de dados desenvolveu muito na Pública e tem o dedo do Bruno. O jornalismo de dados avançou muito recentemente no Brasil criou-se um pouco o fetiche do dado. Aquela matéria que é assim. Número tal, pá. Mas você não sabe o que significa. Uma vez que eu fiz outro dia... 144 serviços processados por crimes militares. A editora me perguntou: o que isso significa? Não sei se isso é muito ou se é pouco. E isso acontece muito entre esses geeks que adoram dados. A gente sempre discutiu muito isso. O Bruno internalizou muito isso. Não é que interessa se você achou um dado super difícil de obter. Interessa qual que é a história que vc está contando... Todas as matérias são assim, sim. Neste sentido até um pouco tradicionalistas. O Nexo faz aqueles gráficos. Eu não entendo aquilo. Veja a incidência de sei lá o que na população brasileira. Por que eu vou gastar meu tempo lendo isso e tentando entender... A gente tem sido mais explícita nisso nos últimos anos. A gente já publicou coisas que a gente hoje não publicaria. Hoje em dia, qual a história? Tem conclusão? Faz sentido ou é só uma coisa assim jogada?

No início usavam um infográfico, como se fosse um folder... Por que em algumas matérias vocês abrem os dados... planilhas, links para o portal onde estão os dados e também metodologia?

O Bruno na editoria de dados e gosta muito disso. Existem poucos casos de não publicar a base documental. Um caso pontual. No site do impeachment, a gente publica todos os pedidos. Porque é isso. É para as pessoas pegarem e inclusive outros sites fazem matérias a partir disso. Teve um pedido de impeachment de uma pessoa que é completamente maluca e no pedido dele, ele diz que o Bolsonaro implantou um chip no cérebro dele e da mãe dele. Isso é conteúdo difamatório

maluco que não faz sentido publicar. Outros casos, um documento pode revelar quem está por trás do documento (o denunciante). Muitos casos é pela pressa, porque a gente não conseguiu organizar. Mas a regra, o que a gente publica é a base de dados e a base documental.

Às vezes, um levantamento de dados é pequeno e nós não temos nada além do que está nos infográficos. No caso, as nossas matérias de rede são sempre assim, levantamento da Pública levantou 15 contas e tudo que é relevante está ali. E tem alguns casos específicos que a gente tem uma base de dados muito grande e também traz revelações que a gente acha que não devem ser publicadas. Mas tem alguns casos que a base de dados a gente vai usar para outras matérias, ou seja, a gente guarda até o momento em que será publicada. Por exemplo, a base de dados de agrotóxicos nos últimos dez anos, a gente está elaborando um mapa e a gente vai publicar tudo no final.

Você poderia dizer que vocês tendem a publicar mais os dados?

Isso é um direcionamento do Bruno e a gente de fato tomou essa decisão.

O vazamento é um ato criminoso? Gostaria que vc contextualizasse a questão do vazamento na era pré-digital quando se deixava um pacote na redação com documentos sobre denúncia.

Não acho não. Obviamente tem leis que criminalizam mas o vazamento em nome do interesse público é um compromisso cidadão. Tratá-lo como um crime...eu entendo que certos governos e corporações queiram que isso seja visto como crime. Mas acho que é um ato de heroísmo. Não é nem só o vazamento. Você denunciar de dentro de uma organização, coisas erradas que estão acontecendo. Isso acontece muito mais. Os professores mesmo tiveram que fazer um acordo. A CGU os entrevistou mas eles não passam da linha. E funcionários do governo que denunciam coisas. Isso é tudo um ato de coragem. Eu entendo que pode haver punições disciplinares ou até criminalização mas eu acho que deveria haver uma lei do whistleblower que isenta e fortalece e até incentiva a atuação cidadã dentro da organização em que você estiver. Se você está denunciando ilegalidades (se fosse imoralidade seria mais complicado) dentro do seu ambiente do trabalho, você é um herói. E o jornalista tem obrigação de publicar que é uma coisa que Julian Assange falou, que o Glenn Greenwald falou. E eu concordo. Se você recebeu uma

informação relevante pública, é sua obrigação publicar. Se não publicar você vai estar traindo sua profissão.

Você percebeu que se criou uma versão cosmética, institucionalizada?

Eu falei isso. Por isso não posso fazer live... Não, acho muito estranho que os vazamentos tenham se tornado *mainstream* e sejam usados por vários veículos, inclusive por várias organizações como a ICIJ, abertamente, e o Julian Assange esteja na cadeia. Sinceramente, eu acho isso um absurdo. Acho surreal. E por que? O que a Folha fez usando os documentos da Vazajato que é diferente do que o Assange fez ou o Intercept ou o ICIJ ou o Guardian ou o New York Times? A única diferença é que o Julian falava mais, incentivava mais. Não tem muita diferença. Qualquer bom site investigativo nos Estados Unidos incentiva vazamento. É um absurdo o Julian Assange estar preso. Ele é um mártir. A coisa virou *mainstream* e ele, não. Por algum motivo. Acredito também uma inabilidade social dele mesmo. Ao invés do Wikileaks virar *mainstream*, virar um canal de um grande jornal, ele está preso por estar fazendo o que ele naturalizou e todo mundo faz.

Então, se é uma coisa mais cosmética mas é muito difícil conceber qualquer diferença com o The Guardian faz. Naquela época, alguns veículos disseram que publicar tudo é inconsequente. Publicar só alguns é bom, o que é uma bobagem. Porque eu acho ótimo. A discussão que deixou o Assange na cadeia é um absurdo. Os Estados Unidos contratavam informantes diferentes comunidades. Aí, os Estados Unidos deixavam estes informantes expostos a milhões de contratistas Americanos. Isso vazou. Uma pessoa vazou. Antes de publicar, publicou a contagotas. Tirou todos os nomes ao longo de um ano. Enfim, publicou. De quem é a responsabilidade? Não é responsabilidade do governo americano que contratou essas pessoas, colocou os nomes deles em documentos que eram fáceis de serem obtidos e vazados. Esses conseguiram mudar. A responsabilidade é deles.

A mesma coisa com a Lava Jato. E isso eu não canso de repetir. Os procuradores da Lava Jato estavam trocando informações confidenciais sobre segredos de estado, pessoas, de uma maneira totalmente inconsequente com pouquíssima segurança digital. A responsabilidade é deles que foram hackeados. O Dental deveria ser investigado por isso. Como você mantém esse arquivo. Por que todos os outros apagavam. Ele mantinha. Foi hackeado por um cara que nem sabe

fazer, foi uma coisa muito fácil. Não pode. Às vezes, irresponsabilidade institucionais são jogadas nas costas do jornalista.

A fonte tem direito ao anonimato. Isso é um direito cristalizado...

O compromisso do jornalista é com o público. O jornalista tem a obrigação de publicar. Então, nesse sentido fica complicada essa história porque naquela época que os jornais diziam “nós somos responsáveis. Nós não publicamos tudo, o que definiria um jornalista seria não publicar. O compromisso não é com a fonte, é com o público. Se há uma informação que é de relevância pública, tem que ser publicada. Se ela é checada e verdadeira. Publicar mentira não pode. Mas se é checada e verdadeira, tem que ser publicada. Venha de onde venha.

Você desdobraram em quatro séries?! A Pública foi o veículo que veio para distribuir a reportagens.

O que o Wikileaks faz é obter a base de documentos, parceiros olham os documentos e descobrem o que é válido e não é válido para suas localidades. O ICIJ faz exatamente a mesma coisa.

Questão ética envolvida?

O jornalismo tem muitas questões éticas. O relacionamento com a fonte é um negócio com problema infinito. Mas absolutamente infinito. Quando publicar, o título, a relação entre editor e reporter. Como e quando publicar a fonte primária é uma questão bastante complicada. Não é uma ciência exata. Então, você tem casos e casos. Por exemplo, eu acho que pode publicar... Os documentos do Wikileaks, da embaixada, são absolutamente de relevância pública. Além disso, são documentos oficiais do Departamento do Estado Americano. São documentos oficiais. Não é uma comunicação pessoal. Sou totalmente favorável a que estejam na internet na íntegra. Talvez com aviso prévio ou protegendo a fonte, ok. É importante proteger a fonte. Tendo aviso que isso vai acontecer. Muito mais de relevância pública estar publicados do que não estar publicados. Os diálogos da Lava Jato, eu não acho. Porque são diálogos pessoais. E eles têm histórias relevantes. Mas também tem coisas que são do dia a dia, de relacionamentos pessoais. E eu não acho que este tipo de coisa dever ser exposta. Deve ser exposto o que é relevante.

São documentos oficiais de um estado, que trata de outros estados, que trata de reuniões acontecerem e foram formalmente registradas em papel. Passou por milhões de funcionários. Outra coisa são diálogos. Esses diálogos aconteciam dentro de um ambiente profissional. Nenhum daqueles diálogos não foi pago meu dinheiro. Procuradores trabalhando junto. Mas eu acho que a ética jornalística diria que não tem por que aquilo tudo estar a disposição de todo mundo. Até porque tem coisas constrangedoras. Tem bobagens. Tem questões pessoais que nada tem nada a ver.

Na série que vocês fizeram houve esse cuidado de selecionar?

Claro. Descobrir quais os trechos que eram relevantes. Os documentos da Lava Jato são tão amplos que daria para fazer...Se quisesse...montar um blog de fofocas da Lava Jato eu conseguiria. Qualquer coisa que aconteceu. Como os procuradores viam o Lula ter sido indicado pela Dilma, como eles viram o Brasil ganhar a Copa do Mundo. Isso não interessa...Não é de interesse público. A gente prima na Pública com o que a gente considera interesse público e não o que é interesse do público. E se a gente decidisse fazer o que é interesse público, sinceramente tem um espaço para fazer sucesso. É muito fácil. Ou faz fofoca e gatinho ou você faz opinião e teoria da conspiração. A gente não quer fazer. Mas é muito fácil. É só você ficar causando, acusando os outros de serem não sei o que lá.

E você cresce, aparece, emplaca. Mas nós somos jornalismo investigativo de verdade, a gente sofre, será que estou sendo injusta? A gente é assim...

Qual foi o divisor de águas que consolidou o jornalismo de dados? O cablegate?

Eu não colocaria o Wikileaks e os vazamentos como jornalismo de dados. Eu considero que o Wikileaks foi um marco para o jornalismo. E tudo isso de trazer documentos primários para o centro do jornalismo do hoje, e vários furos continuam sendo de vazamento, foi um marco sem dúvida no jornalismo. Mas não só no jornalismo mas na percepção da população do poder que tem a revolução informática, a revolução da informação. Pela primeira vez se viu o potencial da internet como potência de derrubar estruturas. E feito por qualquer pessoa. Um desenvolvedor x da Austrália que ninguém tinha ouvido falar. De repente, ele tava discutindo com a Hillary Clinton. Isso é muito forte e ajudou o jornalismo no

sentido que Wikileaks deu muito potência para os novos atores no jornalismo. Então você tem uma explosão a partir de 2010 de vários outros sites no Brasil. E na América Latina também. Houve uma explosão desta potência. Um estouro que demonstrou que todos temos poder. É verdade. Você não pode comparar o poder que temos hoje do que era 30 anos atrás. Se você não estivesse na Folha você não existia.

E pra você existe a figura do jornalista de dados?

Eu acho que o jornalista que se diz jornalista de dados talvez ele não seja um bom jornalista. Dane-se o dado. Não importa o dado. Importa a história. Se você tem uma história que você quer contar, aí você consegue com os dados. Legal. Não dá com os dados... Vou correr atrás daquela pessoa que sabe da história. O dado e o documento são instrumentos que vão te contar uma história. E se você não consegue de um lado, você consegue do outro. Uma pessoa que fica se dizendo que é jornalista de dados tá perdendo a visão maior do que é um jornalista. O que importa é que os dados te ajudem a fazer a investigação e chegar o mais próximo possível do que aconteceu.

Snowdew diz que dados são *primary hard source material*. Como é a construção a partir da fontes primárias.

Não tem isso. Uma reportagem é aventura. Começa de uma pergunta e você vai descobrindo para onde ela te leva. Isso é o método da Pública. Ver para onde a coisa te leva. Às vezes a coisa não vai pra lugar nenhum. Isso realmente não existe. E aí uma das coisas que vc olha, depende cada reporter, são os dados. Mas eu por exemplo gosto muito de falar com pessoas e pessoas te indicam outras pessoas. Pessoas te indicam documentos, lugares onde você achar coisas. Então, eu acho que até método jornalístico...eu acho que existem técnicas que você usa. O método é se deixar levar pela história que está aparecendo na sua frente. De estar bem atento a todos os sinais e todas as possibilidades, para todas as portas que podem ser abertas e invadidas. Depois de ter feito tudo isso, olhar para trás e ver se não faltou alguma coisa que você poderia ter pensado. Se você tem uma pessoa, um editor, pra você conversar junto. Sempre tem outra ideia. Você já tentou por aqui, por exemplo? Além disso entram os dados. Inclusive nem sei em que ordem. Antes de você fechar tudo, vale a pena você olhar para ver se tem dados e documentos que

validam a sua história. Eu não vejo uma coisa que tem começo, meio e fim. Eu e a Marina não temos. E entre os repórteres, alguns têm e outros não têm. A gente sempre incentiva assim tipo: “cara, feeling. Vai atrás do que está te instigando, de onde você acha que está vindo a informação.”

Como fica a questão da confiabilidade da base de dados que é construída por alguém ou uma instituição.

Essa é um dilema do jornalismo como um todo. No próprio fact checking aparecia muito. Posso dar um exemplo específico. A própria COVID. Você tem um estado que registra melhor as mortes por COVID do que outro que tem menos gente, que liga menos, que faz menos testes. E aí você tem um estado que sai muito pior do que outro e que pode ter a mesma quantidade de mortes mas é um governo pior. Faz menos teste. E aí os dados te dão uma visão distorcida da realidade. Sempre dar documentos. Você precisa ser muito cuidadoso para entender o contexto em que são produzidos e se isso afeta o estado final da conclusão que você vai chegar.

E como evitar isso, a distorção?

Você sabe que tem uma coisa... Talvez seja uma das principais coisas que um bom jornalista investigativo tem que é senso comum. Imagina como isso pode ter acontecido, de verdade. Imagina o que aconteceu. Quem era essa pessoa? Qual era a motivação desta pessoa? Por que essa pessoa fez isso? Vou te dar um exemplo. O twitter do Villas Boas em que chacoalhou a República. Qualquer pessoa que entendesse um pouco da estrutura do Exército saberia que ele não fez aquilo sozinho de jeito nenhum. Um comandante do Exército, do Alto Comando do Exército jamais teria feito aquele tweet sem ter consultado o Alto Comando do Exército. Ele não só consultou o Alto Comando como comandante de área. Inclusive o Ministério da Defesa. Mas é óbvio, não funciona assim o Exército.

Então, você entender o contexto e ter a mente aberta para entender o contexto ajuda muito a dar sentido aos documentos. Neste sentido que é muito importante você ouvir todo mundo porque você entende as motivações. Você entende como as pessoas entendem aquela situação. E muitas vezes as coisas acontecem porque as pessoas convivem tanto com pessoas parecidas com elas que elas não percebem o absurdo que estão cometendo. Talvez o principal papel do

jornalismo seja entender o ser humano. Entender as motivações e só assim você vai conseguir os dados de uma maneira apropriada.

Uma coisa que eu adoro e tem acontecido muito, desde o Wikileaks. Eu trabalhava muito com documento, como base das minhas reportagens. Inclusive todas essas do Exército é processo judicial. E cada vez mais acontece... Eu descrevo assim...”Isso aconteceu ... tã tã tã”. E dali a cinco anos, as pessoas comprovam. E era exatamente...Eu adoro quando isso acontece. Eu fui entrevistar o Celso Amorim recentemente e ele confirmou tudo que a gente publicou no Wikileaks com base nos documentos americanos. Eu falei: “ahh, que maravilha. Tava certo”.

Mas você entende queo fato de ter o documento funciona como uma evidência incontestável?

Claro. Aqueles documentos muito especificamente. Mas teve gente que falou: “eu jamais falei isso”. Claro que a pessoa falou isso. Por que um embaixador ia arriscar a carreira dele escrevendo para a Hillary Clinton uma coisa que não foi falada? Não faz o menor sentido. E não temos dúvida que falou exatamente o que está aí (no documento vazado pelo Wikileaks). Pode ter outra interpretação...Mas tudo aquilo aconteceu, não tenho a menor dúvida.

Nas matérias do Wikileaks, estes documentos estão todos disponíveis no site do Wikileaks mas vocês não colocam o link. Vocês acharam que não é necessário?

A gente coloca mas acho que os links quebraram.

Por que acontece isso?

No caso do Wikileaks, eles perderam a Amazon, perderam a rede primária. Links que quebram isso depende da plataforma onde esta informação foi fornecida. Quebra na origem e não tem como reestabelecer. Tem como reestabelecer mas é um trabalho humano enorme. Você tem que buscar quais são os novos links. Mas você consegue dar um google no número e você chega...estão todos ali...

A base de dados é muito grande, com muita informação. Então é interessante dar acesso. Mas que necessariamente o fato de ter acesso aquelas planilhas, vai aumentar a evidência ou uma boa visualização seria suficiente?

Um dado checado e rechechado aumenta o valor da informação. A pessoa vai ter mais confiança para usar aquilo em outros contextos e também para procurar sua própria pesquisa. E não é todo mundo. A grande minoria clica testa a confiabilidade e são muitos replicadores, professores, acadêmicos, você, por exemplo...rs. Então, você aumenta o valor da informação.

Qual o futuro do jornalismo?

Não tenho a menor ideia. Nunca tive. A única coisa que eu sei é que o jornalismo é muito mais diverso que no passado. Ele vai mudar para lugares que a gente nunca imaginou. Ainda bem. A revolução da informação transformou o jornalismo e comunicação em geral completamente. A gente não sabe aonde vai dar e acho difícil que tenha um lugar específico. Acho que vai ser constantemente mudando. Mas eu acho que a entrada de novos atores, criadores de jornalismo, é muito positive. E que vai só permitir que cada vez tenha mais mudança e mais inovação que é difícil de prever.

Você apostava que vocês fariam 10 anos de aniversário?

De jeito nenhum. Eu tinha 30 anos. Nem sabia que dava para trabalhar tanto tempo num lugar. Imagina. Mas agora, eu tenho certeza que a Pública vai fazer 20 anos. Eu realmente não tinha ideia.

Andrea Dip (entrevista realizada em 30 de março de 2021 via google meet)

O que mudou na Pública?

Os valores não mudaram. A filosofia da Pública, as coisas que a Pública acredita. Os temas que são mais importantes. Essa coisa mais de *core*. Isso se mantém. Essa coisa de ser uma agência. Então, tudo o que a gente produz deve ser republicado. Sempre foi o objetivo principal. Democratizar o que a gente produz o máximo possível. E isso continua sendo uma coisa muito importante. Inclusive nunca pensamos em suar *paywall* ou qualquer coisa que limite o acesso das pessoas.

O que a gente tenta fazer sempre é criar uma cultura que as pessoas que financiam, os aliados da Pública, que elas financiem porque acreditam que o jornalismo é importante para a democracia; que elas acreditem que o trabalho que a gente faz é importante. Não pra ter algum tipo de privilégio de acesso ou qualquer coisa desse tipo.

A gente sabe que isso é uma coisa nova no Brasil. A gente tá tentando criar essa cultura junto com outros veículos independentes. Isso são coisas que não mudaram. De resto, tudo. Porque cresceu, porque a gente tenha refinado o nosso trabalho, os nossos métodos, as apurações. Acho que também que o jornalismo mudou muito nesses dez anos. A forma como as pessoas consomem o jornalismo mudou. O nosso lugar no jornalismo mudou. Quando a gente começou, não tinha ninguém fazendo o que a gente fazia. Podia se dar ao luxo de fazer uma reportagem por semana. Aquilo era uma coisa que todo mundo lia e repercutia.

Hoje tem vários veículos independentes fazendo, o que é ótimo, excelente. Natália deve ter dito isso. Thiago também. A gente sempre fomentou novas iniciativas de jornalismo independente. Mas também coloca a gente num outro lugar. A gente teve que começar a produzir mais matérias, mais reportagens. A gente fez uma cobertura de fôlego nesse primeiro ano de pandemia, que foi uma coisa nova. A gente nunca tinha feito uma coisa mais hard news. E cresceu. A gente tem mais repórteres, mais editors, tem uma evolução de cargos. Então, por exemplo, eu e o Thiago... Eu comecei como repórter, depois fui para repórter especial e agora estou na diretoria. O Thiago a mesma coisa. Acho que a Pública tem evoluído, acho que tem se mostrado no trabalho, no jeito que a gente tem trabalhado. Não tinha um núcleo de dados quando a gente começou. Isso foi se fazendo. Quando eu entrei na Pública, não tinha um olhar mais aprofundado, mais específico para as questões de gênero. Foi uma coisa que, segundo a Natália e a Marina, eu trouxe. Tem espaço pra crescer e trazer novos olhares.

Houve uma evolução na visualização. Teve um divisor de águas ou momento em que a Pública se voltou mais os mais dados. Ou foi quando o Bruno entrou com a participação dele mais intensiva.

Acho que a gente sempre tratou os dados porque o jornalismo investigativo tem que trazer dados. Para contar uma história você precisa de dados, claro. A gente sempre buscou trazer isso em todas as reportagens. Tá na base das nossas coisas e a gente sempre deixou isso tudo aberto. Quando a gente se baseia num documento,

se ele não é sigiloso, a gente coloca para download. Isso é uma coisa que a gente faz desde o começo. O Bruno também tem uma super transparência com os dados que ele pega.

Eu acho que esse divisor de águas talvez seja a partir do Bruno. As pessoas trazem coisas para a Pública. Tipo isso, a Natália e a Marina falaram: “ah, você trouxe esse olhar de gênero”. Não sei... Era de fato uma coisa que me tocava e eu acabei trazendo e é a mesma coisa com os dados. O que o Bruno traz, que talvez a gente não fizesse tanto antes, é fazer matéria a partir dos dados. Não usar os dados para fazer um matéria, para contar uma história. Mas fazer uma história a partir dos dados

.

Qual a diferença no procedimento?

Acho que existe sim. Essa matéria “Na hora de fazer, não gritou, ela veio a partir de contar de uma história, de uma investigação, de fazer uma denúncia sobre uma coisa que a gente tava vendo acontecer. É uma matéria muito própria, com características muito dela. Foi a Marina Amaral quem sugeriu. Por que você não faz uma matéria sobre violência obstétrica? Eu não sabia muito bem o que era. Fui olhar e descobri que eu tinha vivido isso. E a gente decidiu contar a partir da minha experiência pessoal, que foi uma decisão que a gente tomou em conjunto. Para contar as histórias e fundamentar as denúncias, a gente precisa ter dados. Então, eu acho que esse é um exemplo dos dados que a gente usa para apoiar a história.

E essas matérias foram matérias que nasceram a partir dos dados. Na época tinha saído o Mapa da Violência e a gente viu que esse mapa tinha só alguns estados. E sentei com Bruno e falei: “será que a gente consegue chegar na cidade mais violenta para as mulheres?” Acho que dá. Vamos fazer. Ele levantou esses dados, a gente fez um ranking e a gente separou em duas matérias. Uma falando desses dados publicamente, de que maneira violentas e essa outra que eu fui até Ananindeua, a cidade mais violenta, e fui tentar entender esse dado fui tentar deixar vivo esse dado. Fui conversar com as pessoas, ouvir as mulheres, ver as políticas públicas. Ver as condições sócio econômicas do lugar. E a partir desse dado eu fui para ver o que estava acontecendo.

Essa reportagem sola de sapato não seria jornalismo de dados. Você consegue fazer uma diferenciação?

Eu acho que é uma matéria que foi fundamentada no dado. Eu não sei se é uma matéria de dados no sentido de ela não traz só dados. Mas também não tenho clara essa definição na minha cabeça, o que é uma reportagem de dados. Não sei se uma reportagem de dados necessariamente só traz um fartão de números.

Percebo muitas matérias na seção de reportagem que eu poderia categorizar como dados...

Ao mesmo tempo em que é fundamentada no dado, é diferente desta outra matéria que a gente faz que é um ranking das cidades violentas para as mulheres porque essa que é um ranking ela traz a comparação entre os números. Essa cidade tem esse número, essa tem esse... É uma matéria que a gente mostra os números. Lógico que tem diferença para esta outra matéria que surgiu junto desta mesma investigação de dados, que conta uma história, que vai até lá também, que traz essas mulheres e esses depoimentos (dados + vídeos). Lógico que tem uma diferença que é principalmente o trabalho de campo. Mas a origem delas foi a mesma.

Eu consigo entender que tem uma diferença. Escrapear dados, fazer uma comparação que é extremamente importante, essencial e já conta uma história, lógico, só com isso. Eu consigo entender essa diferença entre essa matéria e outras que é feita com dados mas que também conta histórias, que traz depoimentos, especialistas falando e personagens. Existe diferença sim mas acho que é possível fazer as duas coisas juntas e inclusive gosto muito quando eu junto esses esforços.

Observo que acontece em quase todas as matérias...a Sinergia dos dados com o jornalismo profissional. Você acha que os dados abertos ajudam a reforçar a credibilidade na reportagem?

Com certeza. Porque a gente está mostrando de onde a gente tirou. Tem momentos em que a gente não pode fazer isso porque os dados são sigilosos. Mas se não é sigiloso acho que traz credibilidade porque mostra de onde você está partindo. Eu sou super a favor de dar as fontes primárias de informação. De chegar nas fontes primárias e contar para as pessoas que estão lendo de onde você tirou essa informação. Porque é isso ajuda a legitimar o que você está dizendo. E ajuda

a pessoa, se quiser, aprofundar e se quiser ir atrás de mais coisas, se quiser conhecer mais, ela tem também uma base para olhar, seguir olhando para aquilo.

Links para documentos, mostrar as leis, estudos, artigos acadêmicos. Por que vocês estruturaram a reportagem da Pública desta forma que não é comum na mainstream media?

Acho que vem desta natureza da Pública de democratizar a informação. E acho que tanto na hora de passar estas reportagens para os republicadores como quanto no diálogo com quem tá lendo. Isso ajuda a democratizar a informação. É o essencial. Está mesmo no coração da Pública. Isso ajuda também para os republicadores, legitima também pra esses veículos. Para os republicadores saberem de onde a gente está tirando aquela informação. Mas também abrir a informação para as pessoas, deixar transparente. Eu não consigo identificar “ ah, isso começou aqui. Sabe, isso é uma coisa que já nasce com a Pública e da maneira que a Marina e a Natália conduziram desde o começo.

Isso tem a ver com a cultura do hyperlink. Por que os jornais não usam?

Não posso responder por ele mas posso fazer uma suposição. Achar que talvez seja por conta de uma cultura antiga ali que de que nunca foi assim. No impresso nunca foi assim. No impresso não dá para colocar link. A Pública já nasce digital. Talvez seja por aí. O jeito de fazer jornalismo nestas mídias maiores. Ela vêm de jornalismo impresso. Então, talvez, elas não tenham carregado, incluído isso assim...Pode ter a ver com transparência, independência. Mesmo com a ideia dos jornais por muito tempo eram a voz da verdade. As mídias independentes, inclusive, questionam isso. Essa verdade absoluta, essa imparcialidade. Essa visão do jornalismo no pedestal. Tudo isso a mídia independente também questiona. Então, talvez exista uma conversa mais franca com o público.

Você já teve algum retorno do público ou dos republicadores sobre abertura dos dados?

Sempre, na verdade. Isso é uma coisa que vem muito quando a gente conversa com estudantes. Isso vem muito com pesquisadores. Então, eu tenho uma reportagem que eu fiz sobre escolas sem partido. Foi logo no começo quando estava aparecendo a coisa da ideologia de gênero e até hoje essa reportagem é uma

referência para pesquisadores, talvez por ela condensar todas as informações e aí muitas vezes os pesquisadores vem conversar comigo que eles encontram ali o material que eles podem aprofundar, baixar, olhar. Isso vem bastante de pesquisador, de estudantes e dos movimentos sociais também. Como vão também fundamentar ali para fazer um pedido, uma audiência pública, pra cobrar políticas públicas. Isso é uma coisa que os movimentos sociais passam pra gente a importância de ter isso. E por muito tempo nos protegeu de processos. A gente agora está numa época muito específica. Tá tudo ali muito bem fundamentado.

Por que a Pública nem sempre abre os dados. Documentos são quase sempre linkados? Por que vocês não abrem mais...

Isso eu não sei te responder...

Quando Bolsonaro foi eleito, vocês anunciaram um jornalismo de fiscalização. Você acha que isso pode passar a ideia de um viés?

A Pública sempre investigou os governos. O governo da Dilma. A gente publicou o Copa Pública que falava sobre as relações de direito nos preparativos para a Copa. A gente sempre investigou os governos e as relações de direitos humanos nos governos. Quando a gente fazia isso no governo Dilma a gente era chamado de direita. Faz parte do jogo. Mas acho que existe essa postura que a gente investiga violações de direitos humanos e ameaças à democracia. Nesse sentido não dá para comparar o governo da Dilma com o governo do Bolsonaro. Obviamente, o governo Bolsonaro vem já com uma proposta de ameaça à democracia, de ameaça aos direitos humanos, às minorias, LGBT. E acho que esse posicionamento claro vem daí.

Obviamente é um governo que ameaça os direitos humanos e a democracia. Então esse é o nosso posicionamento. A gente vai investigar a partir daí. E também a gente fez isso porque a gente acaba com o Truco que era a parte de checagem. A gente entendeu que foi importante. A Pública trouxe o Truco pra o Brasil, foi a primeira agência a fazer isso e fez durante um tempo. Mas chegou neste momento a gente percebeu que deveria voltar nossas forças pro jornalismo investigativo. Focar em investigar o governo. E a gente encerrou o projeto Truco. Esse posicionamento também tem a ver com isso; que a gente ir voltar nosso olhar e

nossas forças especificamente para esse jornalismo investigativo e estava encerrando o projeto do Truco.

Em termos das pautas, como surgem as pautas?

A gente tem os eixos de investigação que são bem claros. Todo mundo que vai trabalhar na Pública sabe os eixos de investigação que a gente tem. Isso é uma coisa. Aí a gente nossas reuniões de pauta uma vez por semana. Agora acontecendo online. Os repórteres podem trazer sugestões de pauta. Às vezes o editores sugerem. A gente não tem editoriais na Pública.

A gente tem projetos. Projeto de Amazônia que vai olhar para questões da Amazônia e comunidades indígenas. Então, esse projeto está acontecendo. Tem um editor que está olhando para isso e algum repórter destacado para olhar esse tema. E aí o Thiago geralmente é quem fica mais envolvido nesses projetos, nessas pautas, e aí, claro, acaba fazendo fontes. Aí recebe denúncias. Quando você se aproxima é natural que isso vá circulando assim. E aí, por exemplo, eu com as questões de gênero e com o avanço do fundamentalismo religioso. E as conexões com a política no Brasil e na América Latina.

Então, eu tenho a mesma coisa. Tenho minhas fontes, tem gente que eu converso há muitos anos sobre essas coisas. Às vezes as denúncias vêm dessas pessoas. Às vezes vem de um olhar mesmo. A gente consegue um olhar mais apurado por conta de estar imersa nessas pautas. Isso acontece naturalmente. A Natália com militares. Acaba se aproximando assim mais de alguns temas independente de ter projetos ou não acontecendo. E também os repórteres que não estão em nenhum projeto também são livres para sugerir pautas. Eles mesmos já se aproximam de alguns temas e acho que isso é uma coisa bem orgânica, bem natural. E claro, enfim, tem coisas que a gente precisa investigar. Como o Bolsonaro. A gente precisa olhar o tempo todo. Precisa estar esparto.

Thiago falou que vocês antecipam, têm insight sobre pautas, sobre problemas ...Vc percebe isso?

Isso vem da aproximação com os temas. Isso faz parte. A gente vai conversando com as pessoas. Entendendo como aquilo vai se formando. Acho que vem daí, dessa coisa da gente tá muito imersa em alguns temas.

O que é rigor no jornalismo? O que é precisão?

Tem uma coisa primordial. A gente sempre diz isso. A gente precisa sair para uma pauta não com a ideia de provar uma teoria mas com a ideia de descobrir aquela história. Isso eu estou falando a partir da minha vivência com o jornalismo no campo. Mas mesmo o jornalismo de dados. Às vezes você vai descobrir outras coisas. Você pensa que vai achar uma coisa e vai achar outra. E eu penso que é muito importante que a gente não tente a todo custo provar uma teoria, prova uma pré concepção de alguma coisa Isso pra mim é a primeira coisa de um jornalismo feito com precisão, com rigor e com verdade. Entender essa história e entender que você vai descobrir ela. E às vezes mudar de caminho e se perder e se achar e se perder de novo,

Vi em um video. Ana Aranha que é da Repórter Brasil. Você percebe que está no caminho quando você se perde. Quando você está numa pauta, e aí você acha que você tem toda história, você sabe o que está acontecendo naquela pauta. E aí quando você se perde, você está no caminho certo. Porque isso quer dizer que você aprofundou, chegou onde outra pessoa não chegou. Acho isso muito bonito e acho que isso vem da pretensão de não querer provar uma tese. Ouvir quem não é ouvido. Por isso é tão importante quando a gente vai a campo ouvir as pessoas que estão implicadas naquilo. Ouvir quem não tem voz. Isso é muito importante quando a gente faz um jornalismo de Direitos Humanos e violações de direitos, em geral, ouvir as pessoas, quem geralmente não é ouvido, que não tem voz.

Acho que sair das fontes óbvias. Isso é só com o tempo que a gente consegue. E isso também traz essa precisão e esse rigor assim ouvindo o máximo de pessoas possíveis. Às vezes, para fazer uma matéria a gente ouve 30 pessoas. Trinta entrevistas, quarenta entrevistas. Até você ter coberto o máximo de olhares sobre um assunto. Nem sempre dá para fazer isso, claro. É muito bom quando dá, principalmente quando é um tema complexo. Então, acho que assim uma multiplicidade de olhares, fugir das fontes óbvias, não tentar provar uma teoria, abrir esses dados, abrir esses documentos. E chegar nas fontes primárias de informação.

Eu tenho um exemplo que é muito prático. A gente tava fazendo matéria sobre redução da maioria penal, em 2013. Na época eu fui à Brasília ouvir os deputados e saber a posição deles. Eu lembro que tinha um dado que eu achei que provava uma coisa boa para mat éria tipo assim maioria dos adolescents que estão

na Fundação Casa estão por crimes menores, por crimes não violentos...Era um dado que favorecia a ideia de que a redução da maioria penal não era um negócio legal. Tinha saído em todos os jornais grandes. Daí, eu pensei...putz, vou atrás. Mas de onde vem este dado? De onde vem esse número? Quem fez isso? Da onde tá vindo isso? Eu lembro que fiquei muitos dias tentando descobrir de onde vieram aqueles dados. E as fontes que eram citadas nos jornais, quando eu ligava me diziam: “a gente pegou de tal”. Aí eu ia no tal...”Pegamos de tal”. Eu ia no tal: “pegamos de tal”. Fui fazendo o caminho inverso com o dado. E no fim não saiu de lugar nenhum. Quando bateu no que seria a fonte primária de informação, falaram esse dado nunca saiu daqui. A gente não faz a menor ideia de onde vem isso. Não tem fundamento. Não tem como a gente fazer esse levantamento. Não tem como existir esse cálculo.

Isso é o que eu entendo por fonte primária. Quem fez essa conta? Quem fez esse dado? Quem tá falando isso? Quem apurou na raiz daquilo. E é essencial. Senão, o que acontece geralmente é que um jornal fala...:”ah. O Estadão deu, a Folha então tá verificado.

Confiabilidade dos dados. Vocês geralmente partem de dados oficiais de portais de transparência. Como se pode confiar nos dados? Qual a importância da verificação dos dados?

Isso é um caso sério principalmente quando a gente faz matéria sobre violência de gênero e sistema carcerário. São dois temas em que eu já me deparei com problemas sérios neste sentido. Porque, por exemplo, a violência de gênero. Violência contra pessoas trans. Não dá nem para mensurar a falta de precisão. Porque nem existem dados oficiais sobre isso. Quem faz o levantamento é uma única organização da maneira que eles conseguem organizar mas é isso. Nem tem fonte oficial para este dado sobre violência contra pessoa trans. Mas os dados sobre violência doméstica são super imprecisos. A gente sabe que são subnotificados. Então, o que a gente costuma fazer nestes casos, eu pelo menos nas minhas matérias, é sempre reforçar. Esse o dado oficial mas entrevistar o especialista, a pessoa que trabalha com isso, que esqueceram um dado subnotificado, que a estimativa real seria tanto. Trazer as incertezas desses dados de uma maneira honesta. Porque é o que a gente tem. Violência doméstica, homicídios...o que a gente tem são os dados oficiais. A gente tenta achar por outras

fontes, boletins de ocorrência, Data SUS. Mas ainda assim a gente sabe como as notificações são feitas e não feitas. O coronavírus tá mostrando muito pra gente a fragilidade desta sistema de notificações. Então a gente tenta fazer é dizer que existem notificações, que esses são os dados oficiais, que não significa que sejam os dados reais, que 43:12.... A mesma coisa o sistema carcerário é uma bagunça. Cada estado mando para o DPEN (???), para o sistema central, os dados. Tem cidade que não manda. Então, por exemplo, quando você pega um relatório que fala da situação carcerária no Brasil, não tem os dados de São Paulo. E a cidade com maior população carcerária do país. A gente lida com isso o tempo inteiro no Brasil.

Você consegue que lugares ou estados são mais organizados?

Depende. Sistema carcerário...São Paulo não manda os dados.

Os dados tem capacidade de contextualizar. O Philip Meyer criou o jornalismo de precisão que está na raiz do jornalismo de dados. Quanto o dado pode favorecer o trabalho de apuração e o quanto pode avançar em termo de contexto, de narrativa?

Eu acho que essas coisas que eu falei. Tem matérias que nascem através de dados que não necessariamente acabam sendo reportagens só de dados. Eu acho que os dados contam histórias e eles podem contar histórias de diferentes maneiras. Contar histórias fazendo uma comparação desses números. Mas eles também contar histórias mostrando a cara desses números. Fundamentando a reportagem, a denúncia, a história que vc está contando. Definitivamente, não dá pra fazer jornalismo investigativo sem dado assim como não dá para fazer jornalismo de dados sem investigação. É essencial. Não tem como separar uma coisa da outra assim. Investigar no banco de dados e além do banco de dados. Vc precisa partir de algum lugar. Você vai olhar esses dados por algum motivo. Você vai pesquisar aquilo por alguma inquietação.

Você falou que isso pode resgatar a credibilidade. Por que o jornalismo hoje passar por essa crise de credibilidade. A pandemia resgatou, de certa forma, a credibilidade do jornalismo. Isso já foi assunto de pesquisa que mostrou como os leitores confiam que a imprensa é uma fonte de informação onde eles podem se abastecer.

Eu acho que tem dois momentos, principalmente no Brasil. A gente teve um momento por 2013 em que as pessoas começam a perceber que a grande imprensa não é quem detém toda a verdade. Começam a nascer outras iniciativas de jornalismo. Jornalismo que é feito de maneira mais independente. A própria Mídia Ninja traz isso quando mostra ao vivo que a capa do maior jornal do país era uma mentira, por exemplo. Derrubou uma capa de jornal. Desde o momento em que começa uma desconfiança em relação à mídia tradicional, que é muito válida, muito verdadeira, e que aposta muito também num jornalismo independente e em iniciativas outras de jornalismo, acho que isso é muito positivo. Todo mundo tem uma câmera, um celular. E aí você começa a filmar o protesto na rua. Todo mundo pode reportar, ser um veículo de informação em tempo real.

Mas ao mesmo tempo, o jornalismo também é um ofício. Para jornalismo, jornalismo investigativo e de dados, existem métodos. Uma maneira de apurar, de fazer. Essa cobertura em tempo real é muito bacana mas existe um jornalismo que é um profissão, que é um ofício, que tem método e uns princípios básicos. Então, acho que tem isso. E por outro lado, o que a gente tá vivendo hoje é uma disputa de narrativa. Nos Estados Unidos também, com o Trump, isso vem. As agências de checagem vem nessa esteira de mostrar o quanto essa desinformação, que também não é uma coisa nova – mas que ganha muita força com as redes sociais. As redes sociais são os principais veículos de disseminação das campanhas de difamação, das notícias falsas...Bolsonaro se elege de outra maneira. Aí eu acho que outra coisa diferente. Aí eu acho que não é questionar o jornalismo ou as mídias hegemônicas. Aí é simplesmente escolher a narrativa que prova a tua teoria. Às vezes a gente fica meses fazendo uma matéria e quando a gente põe no ar alguém escreve Petralha. Ela não leu a matéria. Aí bota um robzinho que vai disseminar dar um notícia falsa que as pessoas não estão morrendo de coronavírus porque explodiu um pneu na cara, todo tipo de teoria maluca. O meio que a gente tá hoje é muito isso. A disputa de narrativas acontece através das redes sociais e nos governos. Isso é uma coisa não nova, porque tem a Rússia que fez isso muito tempo; mesmo nos Estados Unidos fez isso muito... Mas a gente tem os governos usando as redes sociais para fazer campanha de desinformação, aqui no Brasil essencialmente.

O quanto o jornalismo importa?

Eu acho que jornalismo é importante para a democracia. Para manutenção da democracia. Denunciar tudo isso. Para trazer as informações de utilidade pública. Tentar ser uma luz. Porque a gente tá vivendo esse momento de muito ruído. Muito coisa desencontrada, muita desinformação. Acho que o jornalismo deve tentar fazer essa defesa da democracia. Não vou dizer da verdade que isso obviamente é...enfim...mas ser o mais verdadeiro possível com refinamento nesse processo, com aprofundamento.

Você repara isso na Pública em relação à métodos...

Sim...

Em algumas reportagens, a Pública oferece a metodologia. Qual a importância de oferecer essa metodologia?

Acho que o Bruno pode responder melhor. Ele bateu muito pé para isso acontecer. É uma coisa que ele trouxe muito forte. E também o que eu já presenciei é que isso vem de um pedido de pesquisadores e pessoas que às vezes escrevem querendo ampliar suas pesquisas. Ou que precisam destes dados para alguma coisa. E aí perguntam: “como vocês chegaram neste número? Como vocês chegaram nesse dado?” Mas, de novo, tem a ver com essa transparência. Porque também os dados podem ser vistos de diferentes pontos de vista. Os dados podem ser vistos de um jeito ou de outro. Você pode analisar de uma forma ou de outra. Você colocando a metodologia, deixa isso claro, que caminho você seguiu para chegar ali. Mas eu acho pergunta que pode ser respondida pelo Bruno.

Mas você observa que existe uma tendência de se usar o formato da metodologia e dos dados na Pública de forma mais estruturada?

Acho que sim...Acho que toda a matéria de alguma maneira traz dados e números. Acho que menos nas entrevistas. Mas acho que de resto todas as matérias trazem de alguma maneira. Mas acho há uma tendência de isso crescer e inclusive ter mais gente neste núcleo de dados. Ser um núcleo de dados. Acho que é uma tendência no jornalismo e até as pessoas se empolgam bastante e querem fazer uma matéria de dados de qualquer coisa, querem escrapear e pegar as tabelas, coisas que às vezes não precisa tanto. Mas, no geral, todos os repórteres falam que

queriam aprender a mexer mais com dados. Uma coisa não só da Pública. Todos os repórteres que eu converso, estudantes é sempre um coisa, quero aprender a mexer com dados. Então, acho tem um gosto que está crescendo no jornalismo de dados. E acho que na Pública também. Acho que há possibilidades de se mesclar as reportagens e fazer coisas específicas de visualização.

Você se vê escrapeando?

Não.

Por que não?

Às vezes a gente tem que fazer. Quando eu escrevi o livro sobre a bancada evangélica, eu tive que lidar com tabela. Tenho que fazer de vez em quando mas eu não amo de paixão. Eu gosto muito da visualização dos dados, eu gosto muito de matérias de dados mas não é interesse meu pessoal fazer matéria de dados. Meu negócio é contar história. Ouvir as pessoas. Sujar o sapato.

Vocês consideram dar mais acesso aos dados brutos? Só ver os dados na visualização já é uma transparência ou acessar esses dados brutos isso constituiria maior transparência?

Eu vou voltar a insistir que o Bruno é a melhor pessoa para responder. Ele está enlouquecido. Ele é o ser mais solicitado. Ele é quem pode dizer isso com mais sinceridade e embasamento. Eu pessoalmente quando eu vejo reportagens da ProPublica, que tem uma visualização lindíssima, eu pessoalmente não tenho vontade de ir para as tabelas.

Por que não?

Eu gosto de ver aquilo. Eu gosto de ter aquelas informações. Eu entendo a super importância e o trabalho que aquilo deu mas eu raramente vou para a tabela. O público em geral, também. Vai querer entrar na tabela. Acha importante como acha importante que a gente abra tudo. Mas por que não se abrem algumas coisas, de fato não sei responder.

Thiago Domenici (entrevista realizada em 17 de março de 2021 via google meet)

Por que vc resolve ser jornalista?

Comecei o jornalismo em 2002 quando foi meu primeiro estágio na Caros Amigos. Entrei na Caros Amigos numa onda de admirador da revista quando era estudante de jornalismo em São Paulo. Por sorte consegui uma vaga de estágio e fui ficando. Eu me transformei depois de um ano e pouquinho em assistente de redação, depois secretário de redação. Foi lá que eu conheci a Natália, conheci a Marina Amaral e a Andrea Dip. Então, a nossa história começa aí meio que moldada pelo Escola Sérgio de Souza, que era o fundador da Caros, nosso editor lá.

E eu sempre tive um característica, ficava muito tempo nos lugares. Fiquei na Caros Amigos uns cinco anos. Depois fiquei um ano fazendo um projeto de reportagem sobre direitos humanos, Também foi publicado. Saiu pela Secretária de Direitos Humanos na época do Lula. Aí fui a Revista do Brasil, vinculado ao Sindicato dos Bancários em São Paulo. Fiquei um ano. Não me adaptei ao estilo de jornalismo. Tem umas questões que não me atraíam tanto. Aí fui convidado pelo Raiumundo Pereira, jornalista das antigas que trabalhou no jornal Movimento, que me chamou para a Retrato do Brasil, ser repórter e editor. Aí eu fiquei lá mais cinco anos. E saí de lá quando a ela faliu. Posso dizer que trabalhei numa revista até ela falir. Aí fiquei uns dois anos sem muito rumo claro. Cheguei a abrir uma agência de comunicação com outros dois sócios.

E em 2016, a Marina me convidou para ser editor de um projeto sobre a Amazônia chamada Amazônia em disputa, na Pública. Aí, eu vim pra ficar seis meses só mas a coisa foi rolando e eu estou lá até hoje (entrevista feita em home office durante a segunda onda de COVID no Brasil). Como diretor, editor e repórter. Eu já tinha matérias na Pública antes de entrar na Pública. Mas o projeto era para ser editor mesmo. Na Pública a gente tem essa característica do repórter ser o principal foco da gente, sempre. Mas os editores a gente chama de editor-rerpórter porque a gente atua nas duas áreas, nas duas frentes. A gente fica se desdobrando um pouco nisso.

Eu fui fazer jornalismo por uma inquietação de adolescente que gostava muito de ler. Eu quis ser jogador de futebol. Não deu certo e eu mudei da água para o vinho e acho que acertei na escolha.

Uma pesquisa na Columbia Journalism Review...sobre a relação entre as organizações sem fins lucrativos e seus financiadores. Este estudo levantou que, de alguma forma, essas organizações tentariam atender o foco de interesse desses financiadores. Qual a tua opinião sobre isso? Conceito de jornalismo independente.

Essa questão dos financiadores, tem sempre essa dúvida se tem independência editorial, como funciona essa relação com os financiadores. Pela minha experiência na Pública, pelo que a gente faz, a independência nunca foi uma questão posta na mesa por eles. A gente tem alguns. Os dois principais hoje são a Ford e a Oak Foundation. A concepção da Pública já levava isso em conta. A gente vem de uma história de veículos independentes, o caso da Caros, da Retratos, que tinha um modelo focado em anúncio e publicidade que estava sempre na literal pindaíba porque tinha muito pouco anúncio.

Esse modelo como ONG, como organização sem fins lucrativos trouxe um vigor pro formato. Pensando na Pública agora com 10 anos, senti que foi bem inovador. A Marina e a Natália foram bem visionárias lá atrás em 2011. E sei que a Natália trouxe um pouco essa ideia aí da Inglaterra, também pelo tempo que ela ficou aí. E eu, na minha experiência com pessoal de fundação, eles nunca deram pitaco em nada. Agora obviamente que essas fundações têm agendas de trabalho, têm focos de interesse e a gente toma muito cuidado para que o foco de interesse não seja algo nocivo ao trabalho que a gente faz.

Por exemplo, eu toco, desde que cheguei na Pública, projetos de Amazônia. Hoje eu sou o coordenador de projetos de Amazônia na Pública e a gente tem uma relação muito próxima com a CLUA (Climate and Land Use Alliance) que é um dos financiadores e que tem claramente uma agenda de interesse na Amazônia, interesse de preservação, etc. Então a gente captar qual a lógica destas fundações e trabalhar em projetos que tem a ver com o que a gente está querendo. É meio que uma sinergia ali. O que eles querem é o que a gente quer. Então dá samba. Qdo não dá samba, a gente não faz. Já recebemos propostas que pra gente não fazem sentido jornalisticamente, editorialmente, que a gente simplesmente não faz. Isso é muito claro pra gente.

A internet trouxe a facilidade para publicar. A Pública que foi criada por mulheres com experiência oriundas de veículos respeitados. Mas existem muitos veículos criados para divulgar fake news. O que contribuiu para a confiabilidade e respeito que a Pública conquistou?

Pra mim do jornalismo independente tem a ver com o próprio nome. independência editorial. Não é de conhecimento do grande público, a gente sabe, mas nas grande redações não são todos os assuntos que elas vão tratar. Não são todas as reportagens que elas vão fazer. Não é todo cobertura que a chefia vai permitir. Isso é do jogo da imprensa. Isso acontece desde que a imprensa é imprensa. Tem interesses políticos, tem interesses comerciais. Tem seus queridinhos e não queridinhos. Faz parte. O independente pressupõe que nada disso está atrelado ao que a gente faz. A gente pode fazer qualquer assunto sem preocupação publicitária.

Tem uma história que eu gosto de contar relacionado a isso que não tem a ver com a Pública mas tem a ver com a Caros Amigos mas é um pouco nesta lógica. A Caros Amigos nunca teve muito anúncio commercial. Sempre teve anúncio relacionado ao governo federal, que era na época do PT e tinha uma afinidade maior ali. Só que chegou uma vez que tinha um anúncio da Coca-Cola. Inacreditavelmente a gente conseguiu um anúncio da Coca-Cola, o pessoal do commercial. E pro nosso azar, porque a gente tava precisando muito de dinheiro, a gente tinha uma capa que era relacionada à Coca-Cola e a encrenca com a Dolly. E aí, você fica naquele dilema: você publica ou não publica? No geral, a imprensa teria esse dilema. A não só publicou o anúncio como publicou a reportagem. Obviamente que a Coca-Cola nunca mais anunciou com a gente. Mas a independência editorial pressupõe esse tipo de situação. Você não pode valorizar o anunciante em detrimento da informação.

Vocês no ano passado explicitaram a decisão de cobrir o governo Bolsonaro...

Isso faz parte do plano estratégico. A gente define a cada três, quatro anos, quais vão ser os focos editoriais principais. Não quer dizer que a gente não vá fazer outras coisas mas a gente segue de certa maneira algumas temáticas. Quando a gente percebeu que o Bolsonaro seria de fato eleito, a gente sabia que teria que ficar de olho sabendo todo histórico anti direitos humanos do presidente. Uma porque é uma organização com foco nos direitos humanos, isso era natural. Outra questão

que a gente cobre é a questão de gênero, meio ambiente. São alguns pontos que permeiam a sociedade brasileira. A gente sempre tem uma preocupação de tentar antecipar assuntos e coberturas que em geral a grande imprensa não está dando muita bola. A Amazônia é um caso bem clássico. A gente cobre há dez anos. No começo era só a gente ia pra lá praticamente. Fazer aquelas investigações e hoje o cenário mudou bastante. A imprensa independente, o Intercept fez bastante coisa da Amazônia. Repórter Brasil já fazia mas intensificou também. A gente abriu alguns caminhos que é algo que está na nossa estrutura. Fazer com que temas que a gente considere relevantes sejam mais cobertos pela imprensa brasileira. Não é nem questão de concorrência. É questão de abrir caminho para que o assunto seja tratado,

Você tem algum temor que isso denote algum viés.

A gente discutiu muito sobre isso. Mas essa questão de ter um viés porque vai fazer uma cobertura focada em Bolsonaro não foi algo que surgiu para a gente. Acho que Bolsonaro é uma questão muito articulada com o nosso tempo. Inclusive nosso fazer jornalístico é diferente de você fazer uma cobertura do governo Lula, governo Dilma, governo FHC. Mesmo do governo Collor, lá atrás. Porque, de certa forma, o Bolsonaro trás uma questão da ditadura militar. Então, essa questão da supressão dos direitos. Tudo que ele representa nas suas falas é uma sombra daquele tempo.

Então, a gente se contrapõe a isso de uma maneira clara. Se alguém vê viés numa cobertura nesse sentido, a gente acredita que está fazendo a cobertura certa. Não foi algo que passou pelo nosso radar. Nós somos acusados de ter viés. A gente é acusado de ser esquerda, de ser isso e aquilo. Também acho que Pública se manifesta publicamente não pelo aspecto político mas pelo aspecto da cobertura. Direitos humanos pressupõe vc ter uma sensibilidade. Vc ser progressista em vários aspectos. E nossa qualidade e rigor jornalístico é fruto da experiência de todos nós. A gente sabe como faz essa receita de bolo. Então, a gente não quer mudar isso. A gente acha que informação realmente é um bem público. Você não pode usar da informação para fazer proselitismo.

Já receberam ataques de robôs?

Já. Já tentaram derrubar nosso site. DDoS (Distributed Denial of Service Attack). Ficam congestionando o nosso tráfego. Tivemos que mudar de servidor. Mas no fim das contas, a Pública foi a que menos sofreu. A Repóter Brasil sofreu bem mais. Pessoalmente, eu nunca fui atacado. Natália e Marina, sim. Mas a gente tem uma coisa que saia Mas a gente tem uma segurança na retaguarda que é nossa assistência jurídica. Qualquer coisa que saia um pouco da linha, a gente passa para nossa advogada tomar conta.

Na tua opinião, por que a crise de credibilidade?

Antes do Bolsonaro mesmo, eu notava que os veículos tradicionais não conseguiam dialogar com seu público tradicional. A queda de vendas no setor de notícia teve queda singular. Saiu até recente, que houve uma queda brutal de assinaturas da Veja e Época/. Eu acho que não renovação do jornalismo cria uma espécie de bolha mesmo no fazer, de tentar dialogar e trazer assuntos que atraiam a juventude também. Isso explica um pouco mas o que mais explica é a mudança de formato do impresso pro digital. Eu peguei o impresso, a transição para o digital.

É muito mais fácil de você um sujeito colher o que você faz e criticar. Isso se conecta diretamente com o número de blogs que surgiram. E nesse processo histórico vêm as fake news. Tô fazendo uma linha do tempo resumidíssima. Mas eu acho que a crise passa pelo própria não renovação deste formato Desse diálogo mais amplo com a sociedade. E também uma questão de posicionamento. Os jornais sempre ficaram em cima do muro. Com exceção do Estadão que coloca em seus editoriais quem eles querem para presidente República (Lembrar que Estadão publicou editorial contra Lula logo que ele foi solto). Inacreditável...Editorial no dia seguinte...Uma falta de sensibilidade absurda.

Neste cenário tem tudo isso. Fake news, renovação de formato. Eu fico também com a sensação que esta falta de credibilidade vem muito por conta do governo Bolsonaro. Acho que quando o governo Bolsonaro assume ele começa a fazer o jogo que a imprensa só fala mal dele. A grande parte dos eleitores dele, que o Marcos Nobre sempre fala, segue essa lógica. Você junta isso...Um presidente genocida que fala barbaridades e que mais agride jornalistas na história do Brasil, ele vai influenciar muita gente.

Mas por outro lado, a cobertura do coronavírus botou o Bolsonaro na parede. Tem sido tão boa que o pesadelo é o oásis de informação correta. É de onde

você tirar a ideia da sociedade em que você está vivendo. Eu acho que equilibrou mais essa resistência. Até queria que saísse uma pesquisa recente sobre isso, Data Folha, para saber como esta percepção do público com a imprensa. A cobertura muito boa da Pública, uma cobertura grande e vamos retomar agora porque a gente tinha dado uma amenizada porque senão as pessoas não aguentam só coronavírus. Mas vai ter que retomar porque a situaçãoa qui está de calamidade total.

Vocês fizeram uma matéria sobre municípios que não tem UTI muito antes de chegar nesta situação calamitosa...

O deserto de UTIs foi a primeira da cobertura. Na redação, estávamos eu Bruno e mais dois repórteres. Era a primeira semana que a gente estava na redação depois de uma longa reforma, super feliz com a redação nova. A gente tinha feito uma entrevista com a Mônica de Bolle sobre a questão da economia e a possível pandemia. Vamos deixar alguma coisa na manga porque se esta história estourar mesmo o Norte e o Nordeste estão ferrados por conta da falta de UTIs. Aí a gente fez de um dia para o outro, com dados, e publicou. Foi uma das primeiras coisas que a gente fez. Depois já fazendo cobertura em casa.

Nessa matéria, vocês citam o caso do Félix José Acosta que seria transferido para Belém e nem chegou a ser transferido. Morreu antes de ser transferido.

A gente definiu logo no início da pandemia que a gente ia trabalhar remotamente, não ia fazer campo para não se colocar em risco e não colocar outras pessoas em risco também. Principalmente na Amazônia. Encerrou todas as viagens e todo tipo de abordagem em campo lá. A gente continua até agora neste modo remoto. A gente percebeu que é possível fazer online. Claro que você perde o frescor do campo, várias informações que você não consegue. Mas a gente está nesse modo e rolou bem. Funcionou. Tem funcionado.

Matéria com muita informação mas com fotos cedidas. A pista que não foi sola de sapato...

A gente conseguiu tudo à distância. Nesses casos assim, por exemplo, a estrutura disso aqui... A Bianca e o Bruno são da equipe de dados. A Rute (Pina) é repórter mas não é reporter de dados. Fui eu quem editou essa material.

Provavelmente o que aconteceu aqui. A Bianca e o Bruno ficaram encarregados de fazer a parte de dados e a Rute foi atrás de personagens e da histórias das famílias. A equipe tem se dividido assim para acelerar o processo. A gente tem feito muito. Colocar dupla de repórteres, trinca de reporters para apuração ser mais ligeira, porque o momento exige que seja mais ligeira, sem perder a qualidade do que a gente faz. Se deixar só um fazendo vai demorar mais e perde um pouco a qualidade também.

Como lidam com a questão do tempo da apuração?

É sempre uma questão. A gente não é a ProPublica. A gente não é o Bureau. A gente é uma agência e precisa ter conteúdo para publicar com frequência. O que a gente faz... Por exemplo, a gente tá com 30 pessoas na Pública. E aí a gente trabalha os projetos que estão no nosso dia a dia... A Amazônia é um projeto. Então, tem que ter coisa de Amazônia. Tem que cumprir um ritual. Tem que ser tantas matérias ao longo do projeto. E tem o dia a dia. Hard news investigative que não é o tempo da hard news que a gente conhece. Então, a gente tem que escalonar a equipe de modo a ter mais tempo de apuração mas que não fique dois, três meses numa apuração. A não ser em casos muito especiais. Reportagens que a gente avalia que o esforço exige mesmo uma apuração de dois meses. Vou chutar que um repórter faz uma reportagem a cada três semanas. Talvez um pouco menos. Tem coisas que a gente deixa mais tempo de apuração. A Amazônia, por exemplo, a gente deixa um mês e meio, dois meses apurando uma reportagem. A gente imagina que vai conseguir mais apuração. Vai conseguir entender melhor a dinâmica daquela história. E o impacto vai ser maior inclusive.

A Pública tem como meta o impacto?

Sempre teve isso mas agora está mais claro que tudo que a gente faz a gente deve ter cada vez mais impacto. A gente não quer publicar só por publicar. Isso é uma coisa muito da Pública. Eu não quero fazer uma material... ahh, tá bom, fez a matéria. A gente que que tenha alguma inserção no debate público. Ou que mude uma situação e atice o Ministério Público Federal ou o governo tomar uma atitude. Ou criar um sentimento que as pessoas pensem: “caramba, isso tá grave, precisamos ir atrás.

É um foco recente? Numa newsletter, vocês usam a palavra impacto...Nos dez anos, o que você nota que mudou? Muitos mat érias com dados e mat érias com metodologia?

O impacto sempre foi parte do processo da Pública de fazer jornalismo. O jornalista quer ser lido, quer que falem da reportagem dele. A questão é que a gente colocou isso como uma característica da organização. Jornalismo de impacto, que tem repercussão. E a gente não vai abdicar da qualidade jornalística para isso. Não vai sensacionalizar título, fazer besteira. Jornalismo de impacto é o que a gente tem conseguido mais trabalhar. Derruba mais pauta. Antes a gente tinha muito mais pauta que a gente publicava e hoje a gente derruba pautas que a gente avalia que não tem tanto...que é isso, ao longo de dez anos você faz muita coisa; você experimenta muita coisa. A gente experimentou de tudo. Chega a ponto da organização que a experimentação precisa continuar mas precisa qualificar. Eu acho que a coisa dos dados se insere um pouco nisso.

Nos últimos dois anos, mais ou menos, a gente criou essa unidade de dados. O Bruno sempre foi um grande repórter de dados, sempre trabalhou muito. Ele gosta de mexer com números. Realmente muito bom no que faz. E a gente percebeu que precisava valorizar este trabalho. A gente acha que reportagem vem a partir da análise de dados. Você fazer a pergunta certa para uma planilha ela vai te uma novidade que no seu modo tradicional de fazer jornalismo talvez não tivesse pensado. Aliar o trabalho de investigação que a gente faz com o jornalismo de dados é uma coisa fundamental. Se a gente não tivesse percebido isso, então fecha a Pública. E a gente tem investido muito nisso. O Bruno hoje é o nosso editor. Tudo que é relacionado a esse tema a gente passa pra ele avaliar para ver se funciona ou não funciona. Até porque eu a Natália, a Marina, a gente não é dessa geração que é mais cientificista. Às vezes a gente fala, gente jornalismo é um troço fluido, não é uma ampola de remédio. As coisas fluem, não é ciência...

O que é rigor e precisão no jornalismo?

Vou falar da minha visão pessoal. Eu venho de algumas escolas do jornalismo. A Caros Amigos, a Retratos e agora a Pública. Na Caros Amigos tinha uma coisa muito autoral. O repórter se colocava muito no texto. O rigor jornalístico como informação, um dado, uma data, não era o forte. O forte era um texto gostoso, texto que envolve o leitor. Qdo eu fui para a Retrato, o texto era chato pra caramba

mas você não pode errar uma data, os fatos são os fatos e você tem que deixar isso o mais perto da realidade. E quando eu chegou na Pública, eu vejo que essas duas escolas se juntaram. Essa história do rigor e de tentar ter um texto mais solto, dentro da possibilidade, que a Caros Amigos nos dava.

Às vezes, eu acho que a Pública consegue mais o rigor e a precisão do que um bom texto. Às vezes, eu acho que os textos da Pública não são aqueles textos gostosos de ler como os da Piauí, por exemplo. É uma coisa que a gente tenta moldar na redação. A gente fala para os repórteres: vamos soltar mais o texto. Criou-se uma cultura na Pública que a gente não pode vacilar.

E quando você pergunta o que é precisão e rigor, pra mim é vou te dar outro exemplo que às vezes são mais claros do que frases. Eu fiz uma reportagem em 2019 com outro colega. A gente fez duas reportagens de dados sobre o racismo no judiciário. A gente conseguiu raspar na Tribunal de Justiça de São Paulo todas as sentenças relacionados à tráfico de drogas. E a gente conseguiu, pelas sentenças, fazer esta distribuição geográfica pelo estado de São Paulo pelos tribunais, mostrar que os negros eram mais condenados por tráfico que os brancos só que com muito menos quantidade de drogas. Aí, chegou a um ponto da apuração que a gente não conseguia mais que o software que a gente criou analisasse as sentenças. A gente tinha que analisar as sentenças manualmente. Ficou eu e Iuri durante três meses e meio analisando 4 mil sentenças de tráficos de drogas na cidade de São Paulo em 2017 – o único que tinha sido digitalizado.

A gente ficou quatro meses olhando sentença por sentença e os padrões destas sentenças tirando as quantidades de cocaína, crack, de maconha... tabulando isso... E a gente tinha prazo de publicação. A gente estava no fim do ano e a ideia era publicar em dezembro. Era uma reportagem que tinha sido escolhida pelo público. E aí quando a gente terminou o trabalho, a gente foi fazer uma verificação para ver a confiabilidade dos dados. O Iuri percebeu que a gente tava com uma taxa de erro de 10% e a gente achou aquilo muito alto.

Na verdade, a gente ia mostrar, ia provar que sim, existe racismo na hora de condenar negro e branco por tráfico de drogas. E aí a gente sentou e falou: que M... a gente tá há quatro meses analisando essa parade e tá com 10% de erro. A gente pensou: “onde é que a gente errou?”. A gente trabalhava de madrugada fazendo essa tabulação. Enfim, erro humano. Eu falei: não vamos publicar. A gente tem que olhar tudo de novo. Então, a gente ficou mais três meses revendo todo o

trabalho. Aí a margem de erro estava na margem de 2% e aí sim a gente publicou. Precisão e rigor para mim é isso.

Você falou uma coisa que puxou outra pergunta. A confiabilidade do banco de dados ao qual você recorre? E alguns dados tem que ser construídos...Da importância do fact-checking...

Interessante. O fact-checking se tornou um gênero jornalístico. Não puxando a sardinha, a Pública tá no começo desta história junto com a Lupa. (TRUCO) Primeira organização jornalística a fazer esse tipo de trabalho que realmente uma demanda que vinha do digital porque tinha muito informação errada. Muito informação falsa. E a gente descobriu que era uma forma de cobrir o quente. Como a gente estava sempre mergulhado nas investigações, o fact checking era uma coisa que dava para fazer mais rápido. E nisso a Laura Zommer, que é a fundadora do Chequeado ajudou muito a Pública nesta construção, porque ela tinha uma experiência muito consolidada na Argentina. E aí gente fez esse trabalho mas a gente não imaginava que isso se tornaria algo cada vez mais relevante. E isso a gente percebeu a certo ponto da jornada, que o nosso trabalho não tinha mais ser fact checking porque tinha gente muito boa fazendo (acrescentar comentário da Natália), que a gente tinha que voltar nosso esforço para outro tipo de cobertura e tal. Mas uma vez a gente jogou a bola para que outros pudessem tocar o barco e eu acho isso muito significativo na história da Pública. E hoje eu vejo a Lupa, Aos Fatos, todo esse bureau de veículos, Folha que tem a equipe Comprova. Você vê que é fundamental. O fact checking está na origem do jornalismo, você tem que dar a informação correta. Mas pelo caos informacional que se tornou o mundo e o Brasil, você precisa dar um passo atrás. O fact checking é um passo atrás e pra mim sempre foi óbvio como profissional. A questão da verificação. Eu sou muito chato. Eu não publico se eu não tiver certeza que o dado está correto. Eu não gosto de supor em reportagem. Eu acho isso um desrespeito com meu trabalho e com quem está lendo. Porque isso influencia, né, Claudia? Você sabe como é que é. Se você faz uma cagada num texto, você pode influenciar de uma forma muito ruim outras coisas. Não dá para vacilar. É uma coisa tão clara. Até discutir isso...eu penso que a gente tá falando o óbvio. Mas às vezes é isso. Tem que falar o óbvio.

A gente fez uma entrevista com a Patrícia Campos Melo para o podcast da Pública e pergunta sobre os bastidores da reportagem que ela fez que tem a ver com

a questão das fake news do governo, é legal porque eu posso falar do meu processo, como eu faço a minha reportagem. A situação tá tão grave que a gente tem que mostrar nossa cozinha o tempo todo. Para o sujeito acreditar que o que a gente faz, a gente não tirou da cabeça. Não é ficção. É apuração. Isso é muito interessante porque ela foi uma das pessoas que mais sofreu ataque desse governo.

Método...O que são fontes primárias?

É onde você vai buscar informação. É um banco de dados público que já tem dados a respeito daquele tema. É um movimento social que lida com aquela temática. Vou falar da questão da reforma agrária no Brasil, vou procurar o MST ou a Comissão Pastoral da Terra. Fonte primária é um pouco o que é público, o que é sabido mas que às vezes não é ouvido. Não é pesquisado. Tem muito forma de se fazer jornalismo que vai no óbvio. Vou falar de Brasília, sobre as m...do Bolsonaro. O cara vai lá e busca um cientista político para fazer uma análise daquilo. Aquilo é muito opinativo. Não é necessariamente uma informação baseada nos fatos mais corriqueiros ali. Não sei se estou sendo muito claro mas fonte primária é onde você vai buscar a informação para a partir daquilo ali trabalhar outras perspectivas de investigação. E aí você soma a isso offs que vc consegue com fontes.

Uma das repórteres na reportagem sobre o que aprendemos em dez anos de Pública... “Fontes não são só as fontes oficiais, fontes são as pessoas que sentem o problema na pele.” Como você percebe a possibilidade do jornalismo de dados trazer a pessoa que sente na pele?

Isso é uma preocupação mesmo. A gente nem discutiu muito. A gente faz por inércia porque tem que fazer. Os dados são muito gélidos como narrativa. Se você faz uma coisa só com dados fica chato. Jornalismo precisa ser sedutor também. Estou falando de um outro aspecto porque se você não junta uma boa apuração de dados com boas histórias humanas que tragam aqueles dados para uma realidade diferente, você não vai significar.

E você precisa significar isso. Jornalismo é significar realidades. Se você não traz isso no texto... e no texto é muito mais difícil de conseguir fazer isso do que numa reportagem de vídeo. Numa Profissão Repórter da vida (programa de TV), você vê que ali eles mal trabalham com dados. É só uma história de pessoas. Precisa achar o meio termo que faça sentido. E a gente tenta também nesta busca

por fontes não seguir a cartilha de sempre as mesmas fontes. A gente tenta diversificar mesmo as fontes, do ponto de vista de gênero e raça, do ponto de vista de sair desta estrutura do Sudeste mesmo que sempre vai ouvir os mesmos especialistas. A gente consegue fazer isso 100%? Não consegue. A gente está no processo de melhorar essa estrutura. Mas é algo que a gente já conversou com os repórteres para levarem isso em conta. Tem especialistas super qualificados que gente nem conhece. A gente fazer um esforço. Não pode esperar que uma assessoria de imprensa traga isso nosso colo. A gente tem que ir atrás. A gente tem tempo pra fazer isso. A gente não é um jornal diário que tem atualizar a matéria em quatro horas.

Sessão de dados ...várias reportagens com dados. Qual critério...

Não sei se vou saber te responder. Você traz umas perguntas que a gente nem sabe direito a resposta. Mas o que eu percebo, a gente fez uma divisão da pautas. Tudo que é fruto de uma investigação de dados, em geral puxado pelo equipe do Bruno, vai para essa rubrica dos dados. Aquilo que surge não como história, não de dados inicialmente, por mais que tenha dados não vai para essa sessão. Não é um critério muito claro, eu confesso. Mas é mais ou menos como a gente faz. Não é uma divisão clara o que vai para dados e o que não vai para dados. A reportagem que eu fiz sobre racismo, eu não lembro, sinceramente se entrou na sessão de dados. E é uma reportagem de dados. Às vezes é um erro de catalogação no site onde eventualmente a gente vai colocar isso.

Coquetel com 27 agrotóxicos ...tem a questão do interativo. Por que fora da seção?

Esta reportagem é um híbrido. Na minha cabeça, sim. A reportagem de dados parte de uma investigação focada nisso e depois você ouve pessoas. Mas a qualidade da reportagem está no que o número revela. Aí é reportagem de dados. Por exemplo essa que a gente fez essa semana que mostra que os negros estão sendo menos vacinados que os brancos, que são duas vezes mais. Porque o enfoque dela é numérico. Eu faria um pouco esse critério. Mas talvez você tenha razão. Talvez a nossa página deixe isso confuse. E sabe por que também? A gente mudou o site há uns atrás. A gente teve que recategorizar tudo. Então tem coisa que não está

recategorizada no lugar certo. Na avalanche de coisa que a gente tem pra fazer, passou batido.

***Don't LAI to me* curiosamente eles não abrem os dados. Uma característica da Pública é abrir os dados com a metodologia que é um dos indicadores de qualidade do projeto Credibilidade. Por que em algumas abrem e outras não? E por que não existe linkagem para o site do Wikileaks? A cultura do hiperlink é adotada pela Pública especialmente para documentos, para leis...**

Essa questão da documentação sempre que possível coloca nas reportagens. A gente só não faz isso quando a fonte não permite. Quando a gente não pode linkar o documento na íntegra, a gente faz um print deste documento e coloca como imagem para mostrar que a gente de fato tem isso. É um recurso que a gente usa também. Em relação às planilhas relacionados à dados, tem reportagem que a gente colocou as planilhas Excel, o processo, qual a base de onde a gente puxou. Mas tem que coisa que a gente não coloca, vou ser sincero com você, porque esqueceu ou porque achou que o infográfico já resolve o problema da informação que precisa ter. Agora tem um canal aberto. Se alguém quiser, se não for algo sensível, a gente passa numa boa também. Já aconteceu isso, de alguém pedir a base e a gente passar.

É que tem uma coisa também. Algumas bases de dados a gente trabalha elas exaustivamente. Às vezes as pessoas pedem a coisa que a gente já trabalhou. É nosso trabalho e a gente quer usar para futuras reportagens. Então tem uma questão aí que talvez a gente não coloca ou não passa porque a gente ainda vai usar esse material. Agora, se a base é crua, não foi limpa, e o sujeito pede, a gente coloca também. Teve uma reportagem recente, que eu tive uma questão com um bolsita, que era As maiores mineradoras mais caloteiras no Brasil, que é uma reportagem de dados, ele conseguiu via Lei de Acesso à Informação e a gente conseguiu e disponibilizou a base dele crua, não a base trabalhada porque ele queria usar a base trabalhada para futuras apurações dele. Então, também tem uma coisa aí do jornalista não querer dar de mão beijada para outro jornalista a base que ela ainda quer trabalhar...Acontece muito isso...às vezes o processo engole a gente e esquecemos de colocar. A gente tá até pensando até se, além da metodologia da base de dados, se a gente coloca “como fizemos isso aqui”. Que fonte procuramos,

qual o critério utilizamos. Só que é mais trabalho e a gente tá pensando se não é algon preciosista demais.

Os teóricos nesta área de dados observam que os dados abertos para reforçar a credibilidade? Você acha que é fundamental?

Discordo porque não acho que isso é um fator essencial. O sujeito quer a informação. Você está mostrando para ele de onde tirou a informação, você trabalhou aquela informação, você deu a fonte daquela informação, por que o sujeito vai querer abrir a planilha bruta para confiar ainda mais naquela informação? Se o sujeito não confia nem nesse escopo aí, ele não vai confiar com a planilha. Ela vai alegar a planilha é falsa, sei lá. Eu entendo o ponto do pesquisador mas eu acho que na prátia jornalística você precisa mastigar as coisas para o leitor. Não atrapalhar a vida do leitor que não tem tempo. Para o pesquisador talvez seja interessante. Você colocou a metodologia, colocou a fonte de onde conseguiu, me parece mais do que suficiente.

Você acompanha a navegação nesses links que vocês disponibilizam para os dados brutos. O leitor tem o hábito de abrir? Qual a interação?

A gente não consegue aferir quando o sujeito clica num link e vai para uma página, a não ser que seja a página da própria Pública. Se o link vai para uma matéria da Folha de São Paulo, se o cara clicou ali, a gente não vai saber se ele necessariamente clicou ali e foi para a Folha. A gente não consegue medir muito isso. A gente tem às vezes leitores que mandam comentários dizendo que o link da matéria tal não está funcionando. Ou a matéria tal está indo para outro lugar. Aí a gente percebe que de fato isso chama atenção. Quando é link interno, isso funciona muito. A gente percebe que as pessoas, não é muito também, clicam para ir.

A gente usa como recurso quando a reportagem é muito grande, a gente quebra em duas ou três retrancas. Mais isso aqui na matéria tal com a linkagem se o sujeito quiser clicar mas não sei se faz um efeito brutal. A gente sabe quando as pessoas reclamam se o link está errado. Mas se não está errado, a gente não consegue aferir. A gente coloca mais como um tag de transparência para mostrar que aquela frase naquele contexto vem de outra reportagem de outra apuração que não é nossa e dá o crédito pra que fez. Isso é uma coisa que nem sempre acontece

com a Pública e a gente se chateia muito. Enfim, a gente tenta fazer esse esqueleto de reportagem que tenha todo a informação sempre.

Mostrar a cozinha não reforça que a credibilidade?

Faz parte deste esqueleto que eu te falei. Faz parte deste esqueleto que eu te falei. Precisa ter link, precisa ter documento, precisa ter infográfico, a fonte de infográfico. Quando é Lei de Acesso à informação, colocar PDF com a planília. A gente vai ticando tudo que possa ser motivo de questionamento. E além disso a gente faz a revisão jurídica da reportagens quando elas são mais sensíveis. A gente manda a reportagem para o jurídico porque às vezes a gente pode ter usado um termo jurídico que não confere. E eu vou dizer que é uma experiência muito legal porque em geral vem com informações muito pertinentes. E aí a gente refaz o trecho para ficar mais adequado ao que de fato é aquilo. Principalmente quando você vai acusar alguém de alguma coisa, para evitar que alguma frase mal colocada que, mesmo que você tenha a documentação, pode te gerar um processo. Ela nos ajuda a deixar a reportagem mais impactante possível mas nos protegendo juridicamente.

Por que acontece o link quebrado?

As matérias mais antigas tem a ver com essa migração do site, que a gente teve que republicar tudo e tentar relinkar tudo e foi um trabalho hercúleo de meses e a gente sabe que deve ter ficado muito coisa no caminho. Eu imagino que essas matérias mais antigas, a explicação seja um pouco por aí. As matérias mais recentes, o processo de publicação, funciona assim. O repórter escreveu e me mandou para eu editar. Eu já na leitura da edição, eu já falo, isso aqui precisa de link, isso aqui precisa de documento. Vou apontando... Às vezes o repórter já sabendo, manda. Fechou o texto, precisou de revisão juridical, voltou. Vai para a revisão ortográfica. Aí eu mando para uma revisora que trabalha com a gente, ela devolve. Aí a Carol, que é a nossa secretária de redação, pega esse texto e joga no site.

Aconteceram muitas vezes, e a gente não tinha se ligado, é que na devolução, no texto da revisora, os links estavam se perdendo. Aconteceu durante dois meses. E aí a Carol tinha que pegar o primeiro, antes da revisão, e remontar tudo. Então, a gente teve que falar com a revisora, questão de tecnologia que ela não manjava muito. Mas às vezes, no próprio processo de postar a reportagem, o link se perde por algum motivo que a gente ainda não entendeu. E depois de

publicado, a gente não vai olhar mais isso, a não se que um leitor aponte. E não é um negócio assim: “ah, meu Deus, a linkagem. Não temos que gastar uma energia absurda nisso. Não tem muito tempo para isso. Mas aconteceu isso nesses tempos e isso talvez explique um pouco algumas falhas que você identificou.

No pé da reportagem, entra data e horário e uma nota de atualização e errata. 100% não é mas a gente tenta deixar tudo nos conformes.

Para você existe a figura do jornalista de dados?

Existe. Acho que o Bruno é um jornalista de dados. Eu diria que ele é um jornalista multimídia porque ele faz muitas coisas. Mas o fruto das investigações que ele faz em geral parte da análise de dados. Então, pra mim, quem tem esse foco é o jornalista de dados. Um cara que sabe olha a planilha, sabe limpar a planilha, sabe fazer a pergunta certa para o cruzamento que ele quer. A partir disso, ele vai atrás das fontes, vai fazer o restante da apuração. É diferente de mim. Eu não sou jornalista de dados. Eu parto de uma denúncia, de uma ideia, de uma pré-apuração e vou cercar aquela investigação. Aí às vezes eu falo, putz, aqui eu preciso de dados. Aí eu falo, Bruno, me ajuda aqui, como eu que eu faço. Mas eu sozinho conceber uma matéria de dados não é meu perfil. Mas acho que tem bastante mercado para jornalista de dados. O jornalismo de dados virou um fazer jornalístico muito central dentro da profissão.

Esse novo projeto da Amazônia que a gente vai retomar em abril justamente por causa da pandemia e de não poder viajar, nosso foco vai ter que ser investigação a partir de dados. Uma coisa que a gente nunca fez com a Amazônia. Não sei se isso dá certo

A questão da visualização

Essa coisa das imagens é sempre um problema. Porque a gente às vezes começa a fazer e deixa sempre para o final do processo. Às vezes atrapalha demais, fica uma visualização que a gente acha mais adequada. Faz um ano mais ou menos, o Bruno tem uma menina de arte com ele pra gente pensar isso com mais calma, com antecedência. Pediu uma ilustração um infográfico com antecedência. Passar as coisas mais mastigadas e não deixar da noite para o dia. É uma preocupação nossa de querer melhorar esse processo de visualização. Acho que a gente melhorou bastante...A gente tá reformulando o site de novo. Uma parte está passando por

testes. A gente agora não faz mais videos. Vai mudando o produto jornalístico e você tem que ir adequando à home page. A questão da fotografia que é algo fundamental nas reportagens. A gente tem o José Cícero que é nosso fotográfico e repórter. Tem que valorizar bastante. E como a gente está com muita produção, a gente agora está lançando mão dos ilustradores frila. Só nossa equipe não dá conta mais. É muita coisa de arte. Não só da reportagem mas tem também a parte institucional. Os infográficos quem fazem em geral é a equipe do Bruno. E aí tem os critérios de cores relacionadas à paleta de cores da Pública. A identidade visual. A gente vai trocando do carro com ele andando...

Jonathan Watts. Entrevista em 12 de julho de 2021, via google meet.

Qual sua opinião sobre a cultura do hyperlink?

Acho que mudou o jornalismo de forma positiva. Isso tornou nosso trabalho um pouco mais difícil e empoderou nossos leitores, acho que é uma coisa boa. Embora seja mais uma coisa extra a fazer. Mas em termos de democracia, compartilhamento de conhecimento e melhoria da soma do conhecimento humano, acho que é uma coisa muito boa que as pessoas possam acessar o material de base em que baseamos nossos artigos, e acho que isso está acelerando a transformação dos jornalistas em um fio elétrico (...), uma conexão. Porque, no passado, quando eu olho para os jornalistas de antigamente, como os correspondentes estrangeiros de cem anos atrás, ou mesmo de 60 anos atrás, quando iam a lugares, quando estavam longe de sua região, na China ou no Brasil ou no Ártico, naquela época eles eram aquele lugar aos olhos dos leitores porque o leitor provavelmente não tinha muitas outras maneiras de saber sobre outros países. Os correspondentes tinham esse poder incrível.

Qualquer pessoa pode ler todo o conteúdo do The Guardian. Você acha que o Guardian é mais propenso a usar hiperlinks e dar acesso a recursos abertos do que outros jornais porque faz parte de sua filosofia? Por que, na sua opinião, a maioria dos jornais não adota essa ideia?

É um assunto realmente fascinante, eu acho - a resposta provavelmente é muito complexa e eu provavelmente só posso te dar uma parte dela. Acho que tem a ver com história - e ideologia, e também com modelo de negócios. Então, em

primeiro lugar, penso em termos de modelo de negócio. Muitos jornais estão apenas tentando vender informação para entretenimento, para ter lucro, querem manter suas despesas baixas e seus lucros altos. Então, basicamente, adicionar links é aumentar seu custo de produção, porque retarda o processo de escrita, é dar algo a mais para as pessoas pelas quais você não recebe nenhuma renda extra; em termos de mercado, no curto prazo não faz sentido, e muitos jornais, que estão acostumados com esse modelo, não veem o benefício. Em segundo lugar, eu diria, se você olhar para a estratégia de longo prazo, então também no mercado, é importante ter reputação e confiança, e isso tem um valor a longo prazo. E se você quiser ter esse tipo de valor, então você tem que dar às pessoas um motivo para confiar em você; parte do compartilhamento de suas fontes é estabelecer essa relação de confiança com seu leitor. E eu acho que não é coincidência que o Guardian esteja repetidamente escolhido como o jornal mais confiável entre muitas edições. Muitas pessoas não gostam, mas é confiável. Eles não concordam, talvez, com parte da atitude, mas acredita-se que é jornalismo pelo jornalismo.

E então isso leva ao assunto da história, e a maioria dos outros jornais, certamente no Reino Unido, são propriedade de magnatas ou empresários, chame do que quiser, mas são propriedade de pessoas que tentam ganhar dinheiro para si próprios ou tentando projetar uma determinada mensagem ou conjunto de políticas como Rupert Murdoch, e a maioria deles têm suas origens também em Londres, no centro do poder estabelecido.

E o Guardian é um jornal popular e faz parte desse poder estabelecido. Mas tem uma história de origem ligeiramente diferente. O The Guardian começou, como tenho certeza que você sabe, em 1821. Fizemos nosso 200º aniversário este ano. Começou em Manchester, e passou a representar o interesse da nova classe tecnológica, a classe industrial, e essa classe sediada em Manchester estava desafiando a aristocracia com sua base de poder em Londres. Parte disso era a campanha por mais democracia e ampla emancipação do antigo sistema. Então, ele tinha raízes mais radicais, você poderia dizer, embora muito orientado para o mercado, muito liberal naquela época, nem sempre progressista, mas às vezes sim, e geralmente tendia a ser mais internacional. Então, por vários motivos, deixou de ser propriedade de uma família e tornou-se um trustee. O objetivo do Guardian é continua isso, não para ter lucro, mas para continuar e promover os valores liberais. Esse é um conjunto de valores totalmente diferente, uma base diferente, e acho que

essa é uma das razões pelas quais, no início da internet, essa mentalidade nos fez abraçar a internet mais do que outros jornais, porque nos baseamos em uma revolução tecnológica e acho que isso nos permitiu ver o potencial da revolução tecnológica da internet e querer fazer uma transição. E usá-la para promover nossos valores ao invés de apenas ganhar dinheiro permanecendo na velha maneira de fazer as coisas. Como resultado, eu acho que você quase poderia dizer que esse problema de hiperlink poderia ser um dos marcadores ou a medição, um barômetro, de como essa organização está entusiasmada com a transição para a economia digital. Aqueles que têm as raízes mais profundas e os mais difíceis de sair do modelo de mídia antigo provavelmente têm menos hiperlinks, e aqueles que mais investem no modelo digital são aqueles que têm muitos hiperlinks, então provavelmente esse é o motivo porque você tem organizações como o *The Bureau of Investigative Journalism*, que é uma nova organização, que basicamente só existe por causa desse novo modelo, e eles estão levando seu potencial a um nível totalmente novo, porque eles não têm nada da bagagem do passado em tudo. Mas no *The Guardian* você ainda tem esses debates enormes, somos um jornal ou somos internet, todos nós, agora - pelo menos eu - sabemos que a internet é o nosso futuro, mas sempre há esse 'cadê o equilíbrio?', Quanto energia devemos colocar no jornal, quanta energia devemos colocar na internet.

Na época em que o problema do hiperlink começou, se você olhar para trás, tínhamos essa política de priorizar a web, web primeiro. Se você pesquisa no google 'Alan Rusbridger, The Guardian, web primeiro', encontra este momento em que toda a equipe recebeu o grande anúncio: "a partir de agora, temos a política de 'web primeiro', você recebe uma história, não espera pelo jornal, você coloca na web na hora, porque essa é a nossa prioridade". Isso, de certa forma, eu achei estúpido, porque algumas histórias podem esperar, e aí a gente dá algum valor para quem paga o jornal. Mas não, a ideia toda era mudar a mentalidade de todos na empresa para mostrar que o jornal é o passado e o digital é o futuro, e nessa época, tenho quase certeza, preciso verificar porque minha memória é péssima, mas eu diria que estava por aí, quando o hiperlink se tornou algo que temos que fazer.

As pessoas dizem que a colaboração é a nova competição...

Estou tentando lembrar essa história. - há coisas diferentes lá, de um lado, essa ideia de código aberto e essas relações colaborativas, esse era outro estágio.

Houve o estágio da 'web primeiro', em 2006?, 2007? Foi a 'web primeiro' e, alguns anos depois, acho que tivemos essa ideia de código aberto, compartilhamento, colaboração, e tínhamos muito do nosso material que pegávamos de organizações parceiras, e eles poderiam levar nosso material, e estaríamos ligados a organizações em muitos países diferentes ao redor do mundo. E isso foi ótimo, foi como uma colaboração de compartilhamento de conteúdo. De certa forma, você poderia dizer que tínhamos brincado com isso antes, porque tínhamos usado na velha era da impressão em papel, em que costumava fazer algo chamado *Guardian Weekly*. Era um jornal muito fino, como papel higiênico fino, jornal que podia ser mandado de avião, muito barato, Era antes da internet. Claro que era para ex-patriotas que queriam ler o Guardian, gente da Austrália, enfim, isso era interessante porque era o compilação de histórias do *Guardian* em parceria com o *Washington Post*, e isso talvez tenha sido resultado da ideia de colaboração e compartilhamento de conteúdo, então o compartilhamento de conteúdo veio antes da internet.

Mas agora, é uma colaboração das bases, em projetos específicos, em histórias específicas. E definitivamente podemos muito mais disso agora. É uma maneira de colocar mais recursos em uma história. É uma forma de minimizar os riscos porque, por exemplo, o *wikileaks* era terrivelmente arriscado. Se o *Guardian* colabora com o *New York Times* e outros, não se concentra apenas em você. Essa foi parte da razão. Somos mais produtivos agora por causa da Internet. Você pode fazer muito mais esse tipo de coisa. Acho que mudou. Quando fui ao Brasil e à China, fiz todas as minhas histórias sozinho e, claro, você sempre depende de outras pessoas. Não é como se estivesse isolado.

No Brasil comecei a fazer isso e percebi que precisava de ajuda. Comecei a trabalhar com outras pessoas. Comecei a ter diferentes níveis de colaboração, grupos como Repórter Brasil, *The Bureau of Investigative Journalism*. Em certa medida, fizemos um grande projeto com a Global Witness, uma defensora do meio ambiente. Não é uma organização jornalística, mas eles fazem investigações. Eles são como jornalistas, mas como ativistas ambientais. Jornalismo de certa forma. E então, fiz um projeto *Forbidden Stories*, sobre ameaças a jornalistas ambientais. Chamava-se *The Green Blood Project* e também gostei muito de trabalhar com o *Panama Papers*. Eu acho isso fascinante. Ele reflete o que está acontecendo em um nível de fronteira. Estamos passando do conhecimento individual para ser muito mais, somos todos nós de uma rede. Esse tipo de coisa. E isso não ocorre apenas

entre diferentes organizações. Uma coisa que tenho tentado fazer desde que comecei meu trabalho, é fazer com que o *The Guardian* colabore mais em histórias ambientais. Assim, podemos obter mais gráficos, vídeos, podcasts. E obter mais histórias, mais investigações sobre o meio ambiente. O projeto chamado *The Polluters*, é um projeto de uma uma série de reportagens por semana que envolve diferentes correspondentes estrangeiros. Realmente não funcionava assim no passado.

Você acha que isso aumenta o impacto?

Sem dúvida. O público é mais cético. Esta é uma questão chave. Porque no passado você teve essa aristocracia jornalística. Cada um tinha seu próprio pequeno público, era quase como ter seus reinos. A BBC com um mercado definido, o *The Guardian* tem outro mercado. Estes pólos existem hoje, mas tenho certeza de que é muito fluido e o público é mais fracionado e menor. Se eu quiser ter mais público, vou tentar fazer uma versão da minha história para o Instagram. Vou tentar fazer uma galeria (de fotos). Existem diferentes maneiras de alcançar diferentes públicos. E não podemos ter a garantia de público como no passado. Há muita competição. Do contrário, eles acabarão assistindo Netflix. Ou jogando videogame.

Reparo que as reportagens do *The Guardian* e aquelas feitas em parceria com o TBIJ trazem muitas fontes e ouvem as empresas denunciadas. Para você, o que é precisão? E qual é a importância da diversidade (*fairness*)?

Há algumas coisas que você levantou. Uma é obter a resposta de uma empresa, fazer uma investigação sobre uma empresa ou uma pessoa e incluir sua resposta. De certa forma, isso é conduzido por advogados. Desde que comecei, buscava ouvir diferentes pontos de vista, tentava, nem sempre conseguia mas tentava. Normalmente, incluiria uma pequena linha ou resumiria o que eles disseram. Mas os advogados querem que façamos muitas réplicas e acho que é principalmente porque eles não querem que sejamos processados. Suponho que seja por isso e portanto você constroi reportagens mais equilibradas. Quando os juízes olharem para aquela história, eles dirão: “bem, há 600 palavras de crítica e apenas 100 palavras de argumentos contrários. Não acho que seja a maneira certa de ver as coisas, mas, de qualquer forma, esse é um dos motivos.

Não só, mas um dos motivos. E o que é precisão. É o que é verdade de acordo com todas as fontes que você pode encontrar. Tão verdadeiro quanto possível. Se você achar o contrário, deve incluir isso. A refutação contrária. Existem diferentes maneiras de ver as coisas. Se acaba apontando em direções diferentes, a precisão reflete as incertezas. E isso é difícil porque as manchetes funcionam com clareza e é especialmente difícil com as mudanças climáticas. Como aprendemos com o COVID, há muitos graus de incertezas e probabilidades, uma série de preocupações. Os leitores mais sofisticados querem saber sobre o processo, como você consegue as informações, mas você pode irritar outros leitores. Mas acho que é necessário.

E a outra coisa sobre precisão é o equilíbrio (*fairness*) e objetividade. E não sei como abordar o conceito do jornalismo objetivo. Você coloca sua visão. Eu sei o que é objetividade. É muito enganador. Pode ser. É muito bom se ater aos fatos, mas toda vez que estamos construindo uma história, julgamos o que está no topo, o que entra na segunda linha, o que entra na terceira linha e isso está sempre criando um valor diferente, um julgamento diferente. Um dos meus editores disse: você deve ter os dois lados da história. Isso é um pouco verdade, mas você deve considerar a diferença de equilíbrio de poder entre o tipo de fontes e a capacidade de comunicação de algumas fontes versus alguém que não está acostumado a falar com a mídia. Você deve considerar isso como parte da precisão. Além disso, considere que a ideia de dois lados é falsa. Este é um dos grandes problemas das mudanças climáticas. Existem os crentes e os negacionistas. E a BBC me deixa louco porque eles tentam igualar os dois lados, os crentes e os negacionistas. E é besteira porque 99% dos cientistas são crentes. Tudo o que sabemos é verdade, mas ainda há 1% que diz que agora não. Você provavelmente já ouviu aquela famosa história de jornalismo em uma aula em que os alunos precisam escrever uma história sobre mudanças climáticas. A diz que está chovendo. B diz que está ensolarado. Portanto, olhe para sua janela e você decide. No final, você precisa fazer um julgamento sobre o que é mais verdadeiro com base nos fatos que você tem e o que é mais preciso na apuração. Você pode estar errado. Às vezes estamos, mas estamos tentando fazer isso com sinceridade.

Qual é a importância da visualização?

Acho que depende da história. Acho que *The Guardian* é um dos melhores do país. Um jovem jornalista veio até mim e disse: “Que tipo de jornalismo devo fazer? Faça jornalismo visual, faça visualização porque sempre quero que alguém faça visualização de dados nas minhas histórias porque isso as torna muito mais fortes. É uma das linhas de frente do jornalismo. Temos pessoas brilhantes, mas não o suficiente. É caro. Se você quiser ter uma visualização de dados em cada história, precisará de um grande número de profissionais extras. Eles tendem a limitar as histórias com visualização. Se as reportagens em que você está se concentrando são as conectadas ao *Bureau*, pode ser que o *The Guardian* tenha considerado que eles não deveriam incluir visualização. Não tenho certeza. Mas há outro ponto. A visualização leva mais tempo. Se você apenas tiver um gráfico ou uma fotografia, é rápido. Mas se você precisa construir a visualização de dados, às vezes leva semanas. Todos esses são fatos, mas não acho que tenhamos menos (visualização). Acho que temos menos fotos do que *The Mail* ou *The Sun*. Eles terão uma imagem a cada cinco linhas e nós teremos uma imagem a cada vinte linhas. Não acho que seja uma escolha deliberada. A visualização é muito importante porque as pessoas lêem menos. Bem, nem isso é verdade. Porque algumas pessoas lêem menos. Quando comecei a internet, isso é outra coisa, recebemos instruções sobre como escrever para internet. “Ninguém lê mais de 500 palavras.” “Nunca escreva mais de 500 palavras.” Agora temos a longa leitura (*long reading*) com 4000 palavras e é uma das seções mais populares do jornal, mesmo sem fotos. E provavelmente não sou especialista suficiente para falar sobre essa questão (visualização).