

**Jornalismo de dados no contexto da midiatização:
inserção e mudanças na ambiência jornalística**

*Data journalism in the context of mediatization:
insertion and changes in the journalistic environment*

Maryanne Marques Gonçalves Paulino de SOUSA¹

Resumo

O artigo dispõe-se a refletir sobre a inserção do jornalismo guiado por dados no contexto da midiatização e as mudanças ocasionadas por ele nas redações “tradicionais”. Para tanto, examina-se o conceito do termo “midiatização” (GOMES, 2016; FAUSTO NETO, 2011) e suas implicações e mudanças para a mídia, especialmente na ambiência jornalística (FAUSTO NETO, 2009), bem como origem, conceito e características do jornalismo guiado por dados (TRÄSEL, 2014; BARBOSA, 2007), estabelecendo uma relação entre ambos. Destaca-se a existência de múltiplas afetações no ecossistema jornalístico, geradas pelo fenômeno da midiatização a tal vertente, tanto na ambiência de produção de conhecimentos como também na identidade profissional.

Palavras-chave: Jornalismo guiado por dados. Midiatização. Ambiência jornalística. Afetações.

Abstract

The article sets out to reflect on the insertion of data-driven journalism in the context of mediatization and the changes caused by it in “traditional” newsrooms. Therefore, the concept of the term “mediatization” (GOMES, 2016; FAUSTO NETO, 2011) and its implications and changes for the media, especially in the journalistic environment (FAUSTO NETO, 2009), as well as origin, concept and characteristics, are examined. of data-driven journalism (TRÄSEL, 2014; BARBOSA, 2007), establishing a relationship between them. The existence of multiple effects on the journalistic ecosystem is highlighted, generated by the phenomenon of mediatization to this aspect, both in the environment of knowledge production and also in the professional identity.

Keywords: Data-driven journalism. Mediatization. Journalistic environment. Affectations.

¹ Mestranda em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB). E-mail: maryannemgps@gmail.com

Introdução

A expansão das tecnologias da informação, a partir do século XIX, ocasionou diversas mudanças para o jornalismo, que foram desde o modelo de negócios das empresas até as rotinas profissionais, os procedimentos de produção jornalística e os formatos de apresentação dos conteúdos. A velocidade de produção e circulação das notícias passou a ser cada vez mais levada em consideração e fez com que fosse possível superar barreiras geográficas e temporais (BARBOSA, 2013).

Para tanto, a popularização da internet, dos computadores e, mais recentemente, dos dispositivos móveis fizeram com que houvesse um aumento significativo tanto na geração de dados quanto na busca por informações. Tais fatores possibilitaram aos jornalistas inovarem seu *modus operandi*, especialmente no ambiente digital, explorando novas linguagens e formatos de apresentação de conteúdos, através do uso de dados. O resultado é o chamado “Jornalismo Guiado por Dados” (JGD).

Esta é uma vertente do jornalismo que difere das “tradicionais” em função do uso denso e variado de tecnologias e da requisição de habilidades para trabalhar com ela e com um grande volume de dados. Tal fato suscita reflexões.

O acelerado desenvolvimento tecnológico da contemporaneidade traz consigo importantes transformações culturais, comunicacionais e, por consequência, sociais, gerando o fenômeno da midiatização (NETO, 2011). Nele, o campo jornalístico além de manter-se em contato com outros campos, também estabelece ligações com eles, de modo a se co-determinarem.

Com este processo, as tecnologias passaram a ser vistas como “fator modificador dos processos e ambientes sociais, bem como potencializador de novas formas de atuação”, conforme ressalta Flores e Barichello (2009, p. 1). Neste cenário, é possível correlacionar o Jornalismo guiado por dados à midiatização, na medida em que este aponta para diversas mudanças profissionais em função do uso das novas tecnologias.

O presente artigo objetiva refletir sobre a inserção do Jornalismo Guiado por Dados no contexto da midiatização, como também as afetações que ele provoca na ambiência jornalística, especialmente em redações “tradicionais”. Desse modo, é um trabalho mais teórico, embasado em estudos de pesquisadores nacionais sobre ambas as temáticas, e se propõe a estabelecer uma ponte entre eles.

É válido salientar que esta investigação se configura como uma das reflexões iniciais para a dissertação em curso, cujo tema gira em torno dos desafios enfrentados pelos jornalistas na atualidade mediante o Jornalismo Guiado por Dados.

Midiatização: do conceito às afetações na ambiência jornalística

O jornalismo enquanto prática social sempre foi regido por certos postulados internos a sua própria cultura (FAUSTO NETO, 2007), ou seja, da própria matriz de produção de sentidos. No entanto, com o acelerado desenvolvimento tecnológico, significativas mudanças culturais e comunicacionais tornaram-no um campo que não apenas está em contato com outros, como também se relaciona com eles.

A dinâmica possibilitada pelo avanço dos meios de comunicação alterou profundamente a construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais (GOMES, 2016). Nesta perspectiva, a palavra “midiatização” diz respeito a um processo relacional do jornalismo com diversos campos, que se afetam e se co-determinam, para o processo de produção dos acontecimentos.

A midiatização corresponde ao desenvolvimento de processos crescentes e complexos de tecnologias, convertidas em meios e em operações tecnodiscursivas, através de processos de produção e de recepção de discursos que afetam a sociedade, no âmbito de práticas das instituições e a dos atores sociais, gerando novas e complexas formas de contatos e de interações (FAUSTO NETO, 2011, p. 21).

Sendo assim, vive-se, hoje, numa “sociedade em midiatização” (GOMES, 2016; FAUSTO NETO, 2007). Ou seja, um ambiente permeado por sofisticação e meios tecnológicos que tanto potencializam as possibilidades de comunicação quanto determinam o modo de ser, pensar e agir em sociedade. E, se antes a mídia tinha um papel mediador na sociedade, agora sua função também está atrelada à constituição e funcionamento da mesma, mediante a produção de sentidos por ela formulada (FAUSTO NETO, 2008).

Os meios de comunicação junto às tecnologias, apresentam-se, então, como moduladores das formas de vida e de visão de mundo. Dessa forma, o indivíduo constrói seu próprio habitat a partir do estabelecimento de costumes, padrões de conduta e experiências constituídos pelas suas vivências. A mídia se movimenta de modo a definir

conceitos, imagens e gestos que se comunicam com e para a sociedade, influenciando-a (GOMES, 2016). “Essa ambiência criada pelo homem é feita de objetos partilhados e sentidos produzidos pela sua capacidade simbólica que, nesse contexto, faz da tecnologia um processo social” (FLORES e BARICHELO, 2009, p. 5).

Além disso, o resultado também são densas mudanças na ambiência midiática. Exemplo disso são o aparecimento de novas “zonas de contatos” do jornalista. Isto acontece, segundo Fausto Neto (2011), uma vez que os outros campos sociais também instalados nesta nova ambiência se apropriariam do domínio e dos artefatos do ofício jornalístico, colocando em jogo a “soberania” da atividade jornalística. Ademais, essas relações sociais condicionam e influenciam tanto os processos de significação quanto a atuação comunicativa da mídia.

Este novo ecossistema profissional, movido pelo fenômeno da midiaticização, implica em mudanças nos processos jornalísticos, suas práticas, linguagens e características. Potencializada pelas tecnologias digitais, a ambiência jornalística contemporânea é, então, um novo modo de ser e fazer jornalismo.

O processo intenso de midiaticização produz repercussões muito complexas nas relações entre os campos sociais, e no caso do campo jornalístico, no status dos seus peritos – os jornalistas – e em suas performances simbólicas. Gera múltiplos processos de afetações sobre as estruturas mediadoras de contato entre instituições e atores sociais (FAUSTO NETO, 2009, p. 19).

Em primeiro lugar, a presença de novos atores não-jornalistas, ao alterar os processos de circulação das mensagens — para um imediatismo entre o polo emissor e o receptor —, desperta a necessidade do jornalismo se diferenciar neste cenário, seja em profundidade de conteúdo e análises, como em diferentes formatos de apresentação, entre outros.

Outro efeito, gerado por esta nova realidade é que, por intermédio da ampla disponibilidade e uso de tecnologias, passa-se a exigir mais e constante capacitação dos jornalistas, de modo que começam a lidar com técnicas antes exclusivas de outros campos profissionais.

E, diante todas essas alterações promovidas por uma sociedade em midiaticização, o jornalista pode despertar, também, reflexões sobre sua identidade profissional, agora tensionada.

Todos estes efeitos se constituem no nosso ponto de análise e serão melhor descritos no capítulo a seguir, quando relacionados ao jornalismo de dados.

As múltiplas afetações da midiatização no jornalismo guiado por dados

Embora se pense, comumente, que o Jornalismo Guiado por Dados é algo novo, é preciso lembrar que sua origem remonta aos anos 70 e 80 do século passado, com o Jornalismo de Precisão e a Reportagem Assistida por Computador, respectivamente. Com o surgimento e ampliação de máquinas de processamentos de dados e computadores, o jornalismo passou a cada vez mais inserir e se utilizar de tecnologias para suas produções. E assim seguiu.

Atualmente, o ambiente digital aliado ao ambiente computacional cada dia mais avançado faz emergir uma grande capacidade de geração e armazenamento de dados. É a era denominada *Big Data*² (LIMA JÚNIOR, 2012). De olho neste oceano de informações, empresas e profissionais do jornalismo passaram a enxergar ali novas possibilidades de inovar seu *modus operandi*.

O “jornalismo guiado por dados” (JGD), segundo Barbosa (2007), demarca uma ampliação no jornalismo contemporâneo mediante as possibilidades de uso das bases de dados em todo o processo de produção de conteúdos jornalísticos. Os produtos e formatos dele derivados se caracterizam como novas formas de narrativa, baseadas em dados.

Corroborando, Träsel (2014), conceitua o Jornalismo Guiado por Dados como

a aplicação de técnicas computacionais e científicas na apuração, edição, publicação e circulação de produtos jornalísticos, que podem tomar a forma de textos, audiovisuais, narrativas hipertextuais, visualizações gráficas, ou aplicativos noticiosos (TRÄSEL, 2014, p. 15).

Em outras palavras, o termo compreende as diversas práticas, técnicas e habilidades profissionais que fazem uso de dados como principal fonte de informação e guia para a produção jornalística em seus diversos formatos.

² Segundo Lima Júnior (2012 p. 50), o termo ‘Big Data’ “refere-se ao conjunto de dados (dataset) cujo tamanho está além da habilidade de ferramentas típicas de banco de capturar, gerenciar e analisar”. De forma subjetiva, uma vez que não quantifica a partir de quantos Terabytes (milhares de Gigabytes) um banco de dados se inclui no Big Data, a expressão está relacionada ao crescente volume de dados criados e disponibilizados cada vez em menos tempo.

Nesta perspectiva, Träsel (2014) propõe, então, que o JGD parece ser uma adaptação da profissão jornalística à cibercultura e à economia do conhecimento, e ainda uma possível solução para uma crise econômica e identitária instalada na comunidade jornalística justamente por efeito das tecnologias digitais. Além disso, Rüdiger (2011, p. 10 apud Träsel, 2014, p. 16) aponta que o JGD seria um sintoma do que “chama de rotinização da cibercultura no cotidiano do homem comum, na medida em que os jornalistas são também homens comuns”. Com ela, o jornalista passa a incorporar cada vez mais os pensamentos tecnológicos no desempenho de suas atividades nas rotinas produtivas das redações.

Desse modo, percebe-se uma inserção natural e estrutural do JGD no contexto da midiatização. Ao nascer e se expandir num ambiente de desenvolvimentos complexos de processos e tecnologias, ele provoca afetações e co-determinações entre o jornalismo e outros campos, sendo os principais o da tecnologia e o social. Através dessas interações, novas formas de atuação e conhecimentos são gerados.

Exemplo disso é que, lidar com o grande volume de dados existentes atualmente requer habilidades e outras características que os profissionais ditos “tradicionais” não estão acostumados. “Ter conhecimento sobre busca, limpeza e visualização de dados é transformador também para o exercício da reportagem” (GRAY et al., 2012, n.p.) (tradução nossa).

São novas competências utilizadas “para buscar, entender e visualizar fontes digitais em um momento em que as capacidades básicas do jornalismo tradicional já não são suficientes. Não se trata da sua substituição, mas de um acréscimo a ele” (GRAY et al., 2012, n.p.) (tradução nossa).

Assim como Fausto Neto (2011) assinala no conceito da midiatização, as interações entre esferas sociais geram diferentes afetações ao campo jornalístico, também no JGD. O ponto-chave não é o objeto técnico, as tecnologias, mas o uso que os profissionais fazem delas nas suas rotinas produtivas para identificar notícias em grandes volumes de dados. Tal capacidade, tida como intrínseca ao jornalista, ganha o auxílio da tecnologia, que permite visualizar a “olho nu” tendências e correlações em grandes volumes de dados. Ou seja, as tecnologias se portam como facilitadoras das práticas de JGD e não como sua definidora. Os dados não falam por si só, a notícia não se encerra neles, mas sim se constituem como o passo inicial para uma investigação jornalística.

Porém, a maior parte dos jornalistas, especialmente aqueles advindos de redações ditas “tradicionais”, não possui as habilidades necessárias que permitem buscar e transformar dados em conhecimento. Os jornalistas de dados — como são chamados os profissionais especializados em produção de narrativas guiadas por dados —, por sua vez, estão buscando cada vez mais competências que excedem o ‘comum’ da profissão jornalística e se localizam em outras áreas, como Informática, Ciência da Computação, Estatística e Design. Logo, os profissionais “tradicionais” precisam estudar, se adequar e se especializar para as novas habilidades requeridas, numa tentativa de não serem descartados pelas novas lógicas da cibercultura.

Surge, conseqüentemente, outro ponto possível de ser abarcado pelas densas mudanças na ambiência jornalística em função da midiatização da sociedade: as alterações na identidade e suas performances simbólicas.

A identidade é construída a partir da interação com os meios. A pessoa não é um “eu” que usa instrumentos como extensão de seu corpo, mas um indivíduo que se autocompreende como um ser que preza as suas relações e conexões por meio dos instrumentos tecnológicos de comunicação (GOMES, 2016, p. 18).

Portanto, com a proliferação de novas práticas, surge o que Grohmann (2017) chama de “identidade profissional flutuante”, ou seja, os jornalistas estão sempre em busca de novas práticas e arranjos econômicos como maneira de sustentar e/ou reinventar suas atividades de trabalho. Há uma flexibilização do que antes era atribuído ao jornalista.

Anteriormente considerados “profissionais responsáveis pela elaboração e difusão sistemática e periódica de informações de atualidade, com relevância e de interesse público” (FONSECA e KUHN, 2009, p. 58), agora eles acumulam diversas funções, o que implica no uso de habilidades, técnicas e qualificações variadas, como anteriormente mencionado.

(...) está em curso uma mudança de perfil, de valores, de identidade e de representação do jornalismo e do jornalista na sociedade, e (...) essas mudanças estão relacionadas a movimentos mais amplos de reestruturação social, condicionados pelo desenvolvimento das tecnologias e pela expansão do capital (FONSECA e KUHN, 2009, p. 63).

Portanto, com o jornalismo guiado por dados inserido na conjuntura da midiatização, jornalismo e jornalista transformam-se, redefinem-se atendendo às

exigências do seu trabalho. Sua identidade profissional, anteriormente bem consolidada e definida, passa a diluir-se e mesclar-se em função dos vínculos estabelecidos nas interações com outras profissões, tendo as tecnologias como propulsoras. Agora, tal identidade resvala e anuncia também outras, originárias de outros campos sociais.

Há, então, sem dúvidas, novas formas de organização do jornalismo estimulada por uma ordem tecnológica e social, cujos processos interacionais entre diferentes campos gera múltiplas afetações. Neste sentido, o jornalismo guiado por dados se apresenta como uma vertente na qual repercutem diversas dessas afetações geradas pelo fenômeno da midiaticização. São algumas dessas mudanças na ambiência jornalística: no modo de trabalhar, na produção da notícia, nos aparatos tecnológicos utilizados, nos novos ambientes redacionais, nas novas relações que envolvem a profissão e seus diversos atores e campos sociais e, por fim, na sua identidade profissional.

Novas lógicas relacionais se constituem, fronteiras são excluídas, mas permanecem singularidade do campo jornalístico. Os dados se mostram no cerne da inserção profissional no contexto da midiaticização.

Considerações finais

Refletir sobre a relação entre midiaticização e jornalismo guiado por dados não deve traduzir-se puramente em determinismo tecnológico, apesar de ser basilar. Com o caminho teórico desenvolvido neste trabalho, objetivamos ressaltar que as afetações geradas por essa imbricação, especialmente aos profissionais oriundos de redações tradicionais, são múltiplas e alcançam diversas esferas do seu trabalho.

Em outras palavras, os campos tecnológico, social e jornalístico se relacionam, criando elos que os fazem se co-determinar, alterando o processo de produção de sentidos e dos acontecimentos, e a ambiência jornalística.

Ao lidar com os dados, os jornalistas se inserem numa redação multiprofissional, mais completa, dinâmica e que requer deles novas habilidades, técnicas e qualificações anteriormente desnecessárias ou mesmo inexistentes no seu ofício. É preciso ter conhecimento e saber manipular as tecnologias que constituem o ambiente digital, da coleta à transformação desses dados em narrativas jornalísticas profundas e específicas.

Além disso, tal inserção e relação com a midiaticização altera também a forma como os jornalistas se enxergam no seu ambiente de trabalho, uma vez que, numa sociedade em

mediatização, a identidade é construída a partir das interações e conexões com os meios e seus instrumentos. A proximidade com funções e profissões ligadas a outros campos, como o tecnológico, o matemático e o social, gera tensionamentos e os fazem experienciar mudanças na sua identidade profissional. Conforme evidencia Träsel (2014, p. 24), “a emergência do JGD neste momento histórico pode ser compreendida como um epifenômeno dos fatores tecnológicos, culturais e sociais que envolvem a emergência da cibercultura”.

Se é um processo (FAUSTO NETO, 2011), a mediatização continua em curso. Sendo assim, não se pretendeu aqui esgotar a pesquisa e os estudos das afetações do jornalismo guiado por dados neste contexto. Este trabalho se constitui num ponto inicial para tais reflexões. As mudanças na ambiência jornalística seguem à medida que a mídia expande suas lógicas, atravessando e se relacionando com outros campos sociais e com a cibercultura.

Referências

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org.). Notícias e mobilidade: Jornalismo na era dos dispositivos móveis. Livros LabCom, Universidade da Beira Interior, Covilhã: 2013, p. 33-54.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Salvador, 2007.

FAUSTO NETO, Antônio. Transformações do jornalismo na sociedade em vias de mediatização. In: **Interfaces jornalísticas: Ambientes, tecnologias e linguagens/** Antônio Fausto Neto; José David Campos Fernandes (Org.). João Pessoa: Editora da UFPB, 2011, p. 17-34.

FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.17-30, dez. 2009.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma «analítica» da mediatização. **Revista MATRIZES, [S. l.]**, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. A mediatização jornalística do dinheiro apreendido: Das fotos furtadas à fita leitora”. In: **La Trama de la Comunicación**, v. 12. Rosario: UNR Editora, 2007, p. 117-132.

FLORES, Ana Cássia Pandolfo; BARICHELLO, Eugencia Mariano da Rocha. Midiatização da sociedade: sócio-técnica e ambiência. *Revista Culturas Midiáticas*, João Pessoa, v. 2, n. 2, jul/dez 2009.

FONSECA, Virgínia; KUHN, Wesley. Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69, jul./dez. 2009.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 23, maio, junho, julho e agosto de 2016.

GRAY *et al* (orgs.). **Manual de Periodismo de Dados 1.0**. Tradução: Nación Data. Sebastopol: O'Reilly Media, 2012. Disponível em <http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html>. Acesso em 06 de fevereiro de 2021.

GROHMANN, Rafael. Inovação como fórmula discursiva convocatória para as práticas jornalísticas: Sentidos mobilizados por textos do Observatório da Imprensa. *Revista Contemporânea*, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 207-226, jan./abr. 2017.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. **Big data, jornalismo computacional e data journalism**: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. *Estudos em Comunicação*, n.12, p. 207-222, dez. 2012.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Entrevistando planilhas**: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, Porto Alegre, 2014.