
A Infografia e o Jornalismo de Dados na Construção do Acontecimento: Aproximações Teóricas¹

Mariane Pires Ventura²

RESUMO

A prática do Jornalismo de Dados tem com marco inicial o final da década de 1960, quando Philip Meyer aplica metodologias das ciências sociais combinadas à utilização do computador para reduzir as chances de erro na reportagem. A suposta precisão propiciada por essa técnica ganhou espaço nas redações e junto dela a utilização de infográficos como forma de explicitar os dados e torná-los inteligíveis se tornou uma prática usual. Partindo do pressuposto de que os números são neutros, porém as suas interpretações podem não ser, esse artigo busca fazer um tensionamento teórico sobre a visualização gráfica e a utilização do Jornalismo de Dados como parte da construção do acontecimento jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo de dados; acontecimento; infografia

Introdução

O crescimento exponencial do número de dados disponibilizados na rede, assim como o avanço e a popularização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) traz para o ecossistema jornalístico novos desafios e possibilidades. O avanço tecnológico tem facilitado o acesso e o desenvolvimento de ferramentas capazes de acessar, capturar, armazenar e publicar dados. O fenômeno conhecido como Big Data advem dessa reunião de dados brutos criados continuamente no mundo inteiro. Porém, para que toda essa informação tenha serventia, inclusive para os jornalistas, é necessário um tratamento prévio, que transforme o dado em um recurso, e posteriormente, em um produto (COLUSSI, SILVA, 2017). Essa seria uma das etapas do chamado jornalismo de dados.

Segundo Träsel (2017), essa nomenclatura, assim como o termo “jornalismo computacional” (ANDERSON, 2012; DIAKOPOULOS, 2012; LIMA JR., 2011) é uma das expressões contemporâneas utilizadas para se referir ao Jornalismo Guiado por

¹ Trabalho apresentado ao GP Teorias do Jornalismo no XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Essa pesquisa conta com o apoio da CAPES por meio do Programa de Bolsas.

² Doutoranda em Jornalismo pela Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Mestre e graduada em Jornalismo pela mesma instituição. E-mail: mariventura2@gmail.com.

Dados (JGD). O qual compreende variadas práticas profissionais que têm em comum a utilização de bases de dados como a principal fonte de informação para a produção de notícias. “As práticas de JGD envolvem técnicas de Reportagem Assistida por Computador (RAC), visualização de dados, infografia, criação e manutenção de bases de dados e a política de acesso à informação e transparência pública de governos” (TRÄSEL, 2017, p. 1) assim como “busca essencialmente introduzir a racionalidade científica nas rotinas de produção jornalística” (TRÄSEL, 2014, p. 293).

A matematização de uma mensagem se torna uma forma de legitimar o discurso. Dessa forma, o rigor metodológico passa a ser um aferidor de credibilidade, tendo em vista que é comum a utilização de estatísticas e números como forma de mostrar precisão e objetividade a respeito de determinado tema (RODRIGUES, 2014).

Porém, apesar dessa defesa da objetividade que compreende a utilização do JGD, Meyer (2002, p.19) faz um alerta: “os números são como fogo. Eles podem ser usados para o bem ou para o mal. Quando mensurados, eles podem criar ilusões de certeza e importância que nos tornam irracionais³”.

Por conseguinte, no jornalismo de dados, o profissional desempenha um papel fundamental no que diz a respeito à conversão de um fato para um acontecimento. Pois cabe ao jornalista extrair informações da matéria bruta, filtrar, selecionar e comparar os dados de maneira a tornar o conteúdo compreensível e também atrativo para o leitor.

Considerando a ideia do acontecimento discutida por Quéré (2005), é possível traçar um paralelo do jornalismo de dados como um elemento desencadeador de debates devido ao seu potencial de trazer a superfície fatos ocultos, tendo também um poder hermenêutico, esclarecedor. Nesse aspecto, a visualização dos dados por meio da infografia é um dos elementos de maior força discursiva.

Partindo do pressuposto de que toda representação visual, especificamente numérica, carrega consigo uma carga de subjetividade e compõe parte da narrativa, busca-se neste artigo aproximar as o conceito do acontecimento de Quéré (2005) com a construção da informação baseada em dados.

Para tanto, inicialmente, discute-se as características que permeiam o jornalismo de dados e a sua materialização em infográficos, seguido pelas premissas que constituem os estudos sobre o acontecimento, e por fim, um tensionamento sobre esses dois campos

³ Citação original: “Numbers are like fire. They can be used for good or ill. When measured, they can create illusions of certitude and importance that render us irrational” (tradução nossa).

com base em pesquisas anteriores a respeito da análise de discurso na infografia baseada em dados.

Jornalismo de Dados e Infografia: Características e Relações

Em 2012, o Centro Europeu de Jornalismo em parceria com a Google e o Ministério Holandês de Educação lançaram o *Manual de Jornalismo de Dados*. É o primeiro guia que sintetiza aspectos principais do jornalismo de dados. O documento colaborativo reúne análises de especialistas sobre o tema e também exemplos da utilização do JGD. De acordo com Bounegru (2012), uma das editoras do manual, a primeira definição do que seria o jornalismo de dados foi feita em 2006, pelo programador Adrian Holovaty (2006) no seu artigo *A fundamental way newspapers sites need to change*, no qual ele defende a adoção de técnicas de gerenciamento de banco de dados como parte da rotina das redações, o facilitaria o reaproveitamento das informações coletadas diariamente no processo de apuração.

Para Gray, Bounegru e Chambers (2014, online) o JGD também se difere do restante do jornalismo devido “as novas possibilidades que se abrem quando se combina o tradicional ‘faro jornalístico’ e a habilidade de contar uma história envolvente com a escala e o alcance absolutos da informação digital agora disponível”. E as inovações podem acontecer em qualquer parte do processo de produção de conteúdo, os dados podem ser as fontes para a pauta ou o conteúdo principal. Além disso, existem muitas ferramentas disponíveis para ajudar na coleta, mineração e combinação dos dados, que facilitam o trabalho do profissional e reduzem as chances de erros. A utilização dos dados também permite a formulação de reportagens mais complexas e quando combinadas com infográficos tendem a envolver e deixar o conteúdo mais entendível para o leitor, o que funciona como um atrativo para audiência. Com base nisso, vários veículos passaram a investir em equipes especializadas em dados.

No livro *Jornalismo Inovador na América Latina*, organizado pelo *Knight Center*, são relacionados caminhos possíveis para a inovação digital no jornalismo e se apresentam exemplos de iniciativas irreverentes na área. Observa-se que a maioria delas encontraram no JGD um meio de se manter no mercado e atrair o público, como é o caso do *La Nacion*, *Ojo Público*, e o *Nexo*.

Ao que parece, as iniciativas voltadas para a utilização dos dados tendem a prosperar. A política de dados abertos tem possibilitado, inclusive, que sites pequenos consigam produzir conteúdos de relevância e se destacar. Como por exemplo, o caso do americano *Homicide Watch DC*⁴ e do brasileiro *Nexo*⁵, que já receberam prêmios por mostrar que é possível fazer jornalismo com uma equipe reduzida e como os bancos de dados podem contribuir na apuração de redação de reportagens inovadoras (BELL et al., 2017; ESTARQUE, 2017).

O *Nexo*, de acordo com a sua própria descrição no site, tem como compromisso oferecer para os leitores “informações contextualizadas, com uma abordagem original. Para o *Nexo*, apresentar temas relevantes de forma clara, plural e independente é essencial para qualificar o debate público” (NEXO, 2015, online). Mariana Menezes, editora executiva do jornal, em entrevista para o *Knight Center*, destaca como exemplos o especial interativo⁶ que testa o conhecimento do usuário sobre a localidade onde mora, fornecendo informações como o número de lares que possuem acesso a esgoto, luz ou água encanada; o especial⁷ que conta origem do nome de ruas, utilizando o banco de dados dos Correios; o jogo⁸ de palavras cruzadas sobre o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Todos esses especiais foram produzidos com a prática do JGD, usando elementos da infografia e dando nova leitura para “informações velhas” (ESTARQUE, 2017, p. 66).

Além do espaço nas redações, o JGD também é foco de estudos. Nos últimos três anos, o *Google News Lab* investiu em pesquisas voltadas para o jornalismo de dados com o objetivo de promover essa prática assim como traçar um perfil dos modos como os jornalistas enxergam e utilizam recursos nessa área. Um levantamento feito pela Google com jornalistas dos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e França revelou que:

42% dos repórteres usam dados para contar histórias regularmente (duas ou mais vezes por semana); 51% das empresas nos EUA e na Europa agora têm jornalistas dedicados a dados — e isso aumenta

⁴Site que mapeia os homicídios acontecidos em Columbia. Disponível em: < <http://homicidewatch.org/>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

⁵Site de notícias com especiais produzidos com dados. Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

⁶Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/interativo/2016/09/27/Voc%C3%AA-conhece-bem-a-realidade-da-sua-cidade-Fa%C3%A7a-o-teste>>. Acesso em 25 jan. 2018.

⁷Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/especial/2016/02/15/Nomes-de-ruas-dizem-mais-sobre-o-Brasil-do-que-voc%C3%AA-pensa>>. Acesso em 25 jan. 2018.

⁸Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/interativo/2016/05/09/Palavras-cruzadas-impeachment-e-a-Lava-Jato-em-jogo>>. Acesso em 25 jan. 2018.

para 60% dos casos para plataformas totalmente digitais; 33% dos jornalistas usam dados para reportagens políticas, seguidos de 28% das notícias financeiras e 25% das investigativas; [...] 53% da amostra vêem o jornalismo de dados como uma especialidade que exige treinamento extensivo e que não é fácil de dominar (ROGERS, 2017, online).

Rodrigues (2010, p.5) avalia que “a estruturação dos modelos de produção de conteúdos jornalísticos como bases de dados representa um esforço para adaptar as organizações jornalísticas às características dos sistemas de memorização contemporâneos”. E que cada vez mais, os produtores de conteúdo ganham acesso a grandes volumes de dados, que dependendo da sua organização para produção de sentido, podem ganhar relevância social. E nesse aspecto, a infografia pode ter um lugar de destaque.

Corroborando com esse pensamento, Casadei, Rodrigues e Biernath (2016) relatam que a infografia, da mesma forma que o jornalismo de dados, é um fator importantes na consolidação “[...]do ideal imaginário de objetividade que funciona a partir de certos processos imaginários de construção de efeitos de sentido. Tais efeitos ficam ainda mais evidentes quando há a combinação entre a infografia e o jornalismo de dados” (CASADEI, RODRIGUES, BIERNATH, 2016, p. 107).

No ambiente virtual, os infográficos tem sua capacidade expressiva potencializada por conta da possibilidade de agregar a eles recursos multimídia, possibilitando que suas representações empreguem recursos mistos e diferentes linguagens, como fotografia, desenho, vídeo, sons e símbolos (SANCHO, 2010).

Segundo Sancho (2010), os infográficos são elaborados, geralmente, como um serviço público para ampla divulgação e desenvolvidos como uma forma de facilitar a compreensão, clarificar e classificar fenômenos.

Discutido o potencial informativo do infográfico associado ao JGD, e vista sua utilização, inclusive, como forma de promover um jornalismo de contexto, vide o caso *Nexo*, aborda-se a seguir demarcações a respeito do acontecimento e da sua construção.

Acontecimento, critérios de noticiabilidade e seus meandros

“O Jornalismo constrói a realidade”. Meditsch (2010) critica essa afirmação e assinala que ela tem sido constantemente replicada em artigos acadêmicos da área da comunicação, quase como um pressuposto que não necessita de nenhuma demonstração

teórica ou empírica para ser constantemente repetido. Contrariando essa preposição, o autor problematiza a construção social da realidade pelo jornalismo. Retomando os estudos de Berger & Luckmann (1984, 2004), erroneamente interpretados segundo o autor, Meditsch (2010) busca demonstrar como é complexa a participação do jornalismo na construção do acontecimento. “O jornalismo, como instituição, e seus agentes, participam de produção da realidade, especialmente no seu âmbito simbólico, mas nunca isoladamente, porém em diálogo permanente com os demais atores sociais” (MEDITSCH, 2010, p.40).

Por conseguinte, o jornalismo exerce um papel na construção da realidade, mas não a constrói sozinho, tendo em vista os outros atores envolvidos e o fato de os acontecimentos não dependerem do jornalismo para serem ou não considerados acontecimentos. Pois na concepção de Louis Quéré (2005), acontecimento é aquilo que acontece a alguém, sendo suportado por alguém, feliz ou infelizmente, e por conta disso ele causa reações.

No entanto, apesar de a ocorrência de um acontecimento mudar qualquer coisa ao estado anterior do mundo, nem tudo o que acontece é descontínuo. Certos acontecimentos são esperados ou previstos, e quando se produzem são o resultado daquilo que os precedeu. A sua ocorrência faz, apesar disso, emergir algo de novo (QUÉRE, 2005, p. 61).

França (2012) sintetiza o pensamento de Quéré (2005, 2012) em três principais aspectos fundamentais: O primeiro está ligado ao poder de afetação do acontecimento, que não é autoexplicativo nem independente, não são suas características que dão o seu destaque, mas a forma como ele afeta uma pessoa ou coletividade. Os acontecimentos estão inseridos na experiência humana. O ponto seguinte é a ruptura, o acontecimento é a quebra de um esperado, o rompimento de uma expectativa, e gera uma dúvida sobre o seu futuro. Essa interrogação está ligada ao terceiro aspecto, que é a provocação de reflexões, que está relacionada ao poder hermenêutico do acontecimento, a sua capacidade de descoberta. “É, então, o acontecimento que torna compreensível o seu passado e o seu contexto, em função do sentido novo cujo surgimento ele provocou. Assim se explica o seu poder de revelação ou de descoberta [...]” (QUÉRE, 2005, p. 62).

Do ponto de vista, de Borrat (2000) todo acontecimento histórico tem sido construído mediante a uma cadeia de decisões de inclusão, exclusão e hierarquização “[...] de dados, atores, tempos, lugares, datas, significados. Os saberes profissionais

acatam e institucionalizam certos critérios para decidir. Acima de tudo, eles enfatizam ‘os cinco W⁹’ da notícia¹⁰” (BORAT, 2010, p. 47, tradução nossa). Essas decisões tomadas pelo jornalista poderiam ser equiparadas aos critérios de noticiabilidade.

Silva e França (2017) resumem noticiabilidade e valores notícias como conceitos que versam sobre a associação entre fatos e realidade que merecem ser divulgados, tendo o seu processo de circulação calcado em função do possível interesse público. Mas, destacam que apenas o presumido interesse público é pouco para justificar as decisões que definem o que deve ser noticiado e ganhar visibilidade na mídia.

Apesar dessa aparente proximidade entre os dois conceitos, Silva (2005) frisa que frequentemente noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias são utilizados como sinônimos, entretanto não o são. Segundo a autora, valores-notícia e seleção de notícias são conceitos específicos e pertencem a um conceito maior que seria o de noticiabilidade. Esse último, sendo caracterizado como qualquer fator capaz de interferir no processo de produção noticioso, incluindo fatores culturais, julgamentos do jornalista, condições da produção, qualidade do material, entre outros.

Vistos esses fatores concorrentes nos critérios de noticiabilidade, Silva e França (2017) destacam que o jornalismo não se limita às temáticas de grande impacto. O que se verifica nas notícias sobre celebridades, modismos, esportes, etc, e também nas pautas que ganham a mídia em decorrência da sua circulação e repetição, quase como uma retroalimentação. Uma breve observação nos veículos midiáticos basta para perceber que quase todo assunto pode virar uma notícia, “[...] assim como nem tudo do que é ali noticiado sequer tangencia o interesse público. O que nos levaria à existência de uma diferença e um hiato entre interesse público e interesse *do* público, bem como de interesse público e interesse das agências jornalísticas” (SILVA, FRANÇA, 2017, p. 6).

A respeito do que seria o interesse público, Arquembourg (2011) utiliza a concepção de John Dewey (1927) para especificar a ideia do adjetivo “público” e de Daniel Cefaï (1996) para descrever a “carreira de um acontecimento público”. A definição de público está ligada a premissa de que uma coisa se torna pública quando indivíduos não afetados diretamente pelo acontecimento se comovem e se compadecem

⁹ Uma referência as perguntas básicas que devem ser feitas para compor uma notícia, do inglês “five W”, traduzidos como “O quê? Quem? Como? Onde? Por que?”.

¹⁰ No original: “Como todo acontecimiento histórico, la interacción o red de interacciones de la «actualidad periodística» ha sido construida mediante una cadena de decisiones de exclusión-inclusión- jerarquización de datos, actores, tiempos, lugares, datos, significados. Los saberes profesionales acogen e institucionalizan ciertos criterios para decidir. Destacan ante todo «las cinco W» de la noticia”.

daqueles que foram. Expandindo também para o conceito de “bem público” que são classificados como tal mesmo por pessoas que não fazem seu uso, como hospitais, escolas, florestas. A definição daquilo que é público estaria ligada às coisas que partilham de referências e valores comuns a toda ou boa parte da população. Da mesma forma que pessoas que não foram atingidas pela guerra Síria, se comovem com acontecimento, por exemplo. Enquanto a “carreira de um acontecimento público” está associada ao percurso realizado de um problema público, que se liberta da esfera privada e passa a ser tratado nas arenas públicas. Como por exemplo, “O caso de Madeleine McCann”, a menina desaparecida que gera uma comoção de diversas esferas para tentar solucionar o mistério. O desaparecimento sai do âmbito particular da família, e se torna um problema público que está vinculado a um problema social: o desaparecimento de crianças (BABO-LANÇA, 2007).

O desaparecimento emblemático de Madeleine McCann, que até hoje permanece sem solução, também ilustra a questão do papel da mídia na criação e manutenção dos quadros de sentido discutidos por Goffman (1986). O enquadramento noticioso não faz parte do escopo principal dessa pesquisa, porém vale caracterizá-lo por conta sua relação com questões referentes ao acontecimento. Rizzotto, Prudencio e Sampaio (2017) com base nas teorias do enquadramento midiático, o demarcam como os “padrões persistentes de apresentação, seleção, ênfase e exclusão de organização do discurso verbal ou visual, que permitem aos jornalistas e profissionais dos media processar altos níveis de informação de maneira rápida e rotineira para suas audiências” (RIZZOTTO, PRUDENCIO, SAMPAIO, 2017, p. 114).

Encerrando esta parte, ressalta-se ainda que:

[...] a grande divulgação midiática é, em si, criadora de acontecimentos, e que tais acontecimentos não são desvestidos de consequências. Eles não impactariam *a princípio*, mas terminam por impactar *pela força de sua divulgação*. Esses interesses “outros”, que acabam perpassando as práticas do Jornalismo e estabelecendo critérios de noticiabilidade, estão relacionados com valores sociais, com jogo de forças, com tendências e traços culturais (SILVA, FRANÇA, 2017, p. 6).

Destaca-se aqui que não é o objetivo deste artigo esgotar o debate a respeito dos conceitos e das teorias expostas, mas sim fornecer as informações necessárias para estabelecer conexões dessas com debate a cerca do papel do jornalismo de dados na construção do acontecimento.

Jornalismo de Dados, Infografia e acontecimento: uma aproximação

Propondo uma intersecção entre o jornalismo de dados e o poder hermenêutico do acontecimento (QUÉRÉ, 2005; FRANÇA, 2012), avalia-se que é possível verificar esse potencial do JGD em suas origens.

Em 1967, Detroit foi tomada por uma série de rebeliões populares que resultou na destruição de várias ruas da cidade, 43 mortos e 7 mil detidos. Até aquele momento, não havia uma explicação clara para os ataques e a cobertura da mídia sugeria que os manifestantes pertenciam a camadas econômicas mais baixas e com menor grau de escolaridade ou que imigrantes, de maioria negra, causaram os motins para protestar à sua falta de inserção na cultura local (RODRIGUES, 2015; ROSEGRANT, 2011, online).

O jornalista Philip Meyer, considerado o pioneiro do chamado Jornalismo de Precisão, precursor do JGD, foi para o local ajudar na cobertura da imprensa, elaborou e aplicou um questionário seguindo a metodologia das ciências sociais. Fazendo um levantamento de uma amostra representativa dos moradores dos bairros afetados, para investigar a identidade e o comportamento daquelas pessoas. Um mês após os ataques, o *Detroit Free Press* publicou a reportagem com as principais conclusões: não havia relação entre a classe econômica e grau de escolaridade nos motins e participação nos motins e os imigrantes do Sul não tiveram participação significativa nos ataques. Contrariando o discurso da mídia, o relatório apontou que os principais motivos para as rebeliões foram a truculência da polícia, as más condições de moradia e a falta de empregos (TRÄSEL, 2014; ROSEGRANT, 2011). Nesse exemplo, é possível verificar como o JGD pode contribuir para elucidar fatos e até mesmo encontrar a sua real motivação – poder hermenêutico. Observa-se ainda, a mudança de enquadramento (Goffman, 1986) que foi proporcionada pela pesquisa de Meyer. O quadro inicialmente proposto pela mídia de que os manifestantes eram baderneiros, deslocou-se para o quadro de que, na verdade, eles reivindicavam seu direito a moradia e emprego. Podendo aqui ser vista a ideia do *footing* discutida por Goffman (1986).

O jornalismo de dados também potencializa o poder de afetação de um determinado acontecimento, destacando-o e humanizando-o. Relembrando que a capacidade de afetação está relacionada à experiência humana, destaca-se o exemplo da

reportagem *Life in the camps*¹¹ produzida *Reuters-Reino Unido* que recebeu duas grandes premiações em 2018: Visualização de Dados do ano no *Data Journalism Awards* e Melhor infográfico de Direitos Humanos no *Malofiej Award*. O especial retrata as péssimas condições em que vivem mais de 800.000 mil muçumanos no acampamento de refugiados de Rohingya, em Bangladesh.

A reportagem traz diversos infográficos mostrando a quantidade de poços de água contaminados por conta de latrinas que estão próximas, as doenças por conta disso, a localização dos refugiados, a falta de espaço, as recomendações da ONU. As imagens dão uma dimensão chocante dos fatos e sensibilizam o leitor com o acontecimento dos refugiados.

Como exemplo brasileiro, o *Monitor da Violência*¹² produzido pelo *GI* em parceria com o Núcleo de Estudos da Violência da USP e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, se propõe a mostrar graficamente um retrato da violência no país mês a mês. Divulgando as cidades com maior índice homicídios, número de pessoas mortas por policiais, policiais mortos, entre outros indicadores.

Os especiais citados têm em comum o fato de retirarem de banco de dados públicos informações que não tinham destaque até o momento em que foram colocadas em evidência pelo jornalismo. Corroborando com que Meditsch (2010) afirma, de que o jornalismo não constrói a realidade, mas exerce um papel entre os demais atores, observa-se aqui o seu potencial para fomentar o debate a cerca de problemas públicos e sociais (BABO-LANÇA, 2007).

Verifica-se que nos exemplos elencados, assim como na conceituação de Sancho (2010) da infografia, o interesse público é um critério para a construção da reportagem. Mas, em paralelo a isso, Bertocchi (2013, p. 59) afirma que “os critérios de noticiabilidade tradicionais não dão conta de estimular o jornalismo de dados ou a visualização de dados”. E seria preciso “observar novas práticas sistêmicas para desvendar os critérios de noticiabilidade que dialogam com dados e metadados, sobretudo”. De fato, alguns critérios de noticiabilidade na seleção primária dos fatos, como curiosidade, proximidade, conflito; escolha das fontes, formato da narrativa, seleção de informações, também são elementos dos meios não-digitais que são transpassados para a construção das narrativas digitais (SILVA, 2005; BERTOCCHI,

¹¹Disponível em: <<http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/MYANMAR-ROHINGYA/010051VB46G/index.html>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

¹² Disponível em: <<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

2013). O que não corresponder aos requisitos pré-estabelecidos, então, será descartado, não sendo noticiado. Porém, no jornalismo de dados isso não é uma regra, pois o mesmo se baseia, muitas vezes, em dados que ainda não tiveram seu valor-notícia identificados (BERTOCCHI, 2013). Nesse caso, os critérios de noticiabilidade estão ainda mais ligados a subjetividade do jornalista e aos fatores concorrentes, como as condições de produção, julgamento do profissional, entre outros já destacados na parte 2 por Silva (2005).

Se os critérios de noticiabilidade no JGD podem ser mais subjetivos que no jornalismo tradicional, o mesmo se reflete na produção dos infográficos que compõem as reportagens ou notícias baseadas em dados.

Nesse ponto, é importante destacar que os termos “infográfico” e “jornalismo de dados” não são sinônimos ou processos indissociáveis, uma vez que nem todo infográfico é feito a partir de dados quantitativos e nem toda pesquisa de dados em jornalismo vai gerar um infográfico. Não obstante isso, o jornalismo de dados encontrou nos infográficos um de seus principais meios de expressão, com características composicionais (e, conseqüentemente, efeitos de sentido) bem demarcadas em relação a outras práticas noticiosas que também utilizam o jornalismo de dados – características essas que serão discutidas a seguir (CASADEI, RODRIGUES, BIERNATH, 2016, p. 106).

Casadei, Rodrigues e Biernath (2016) e Rodrigues (2014) procuram mapear características discursivas nas infografias produzidas pelos veículos *Folha de S. Paulo* e *O Globo* e no blog *Estadão dados* e *La Nación data blog*, respectivamente.

No primeiro estudo, os autores fazem uma análise sobre os implícitos e os explícitos nos infográficos, a fim de verificar o “não-dito” por meio da análise de discurso. Ao avaliar o infográfico sobre a violência contra a mulher publicado pelo *O Globo* são constadas uma série de escolhas que são elementos importantes na produção de sentido, como o uso de cores, hierarquização dos dados, composição imagética. A fonte dos dados advem do Ipea, um legitimador da pesquisa que confere credibilidade aos dados. Contudo, a criação do infográfico passa por uma formação discursiva desde a formação das questões feitas pelo Ipea, que utiliza o termo “atacada” na pergunta “mulheres que usam roupa curta merecem ser atacadas”. O que pode levar a duas interpretações diferentes, e não deixa claro se o ataque seria verbal ou físico. Dessa maneira, os enunciadores também influenciam na produção de sentido, mesmo que as pesquisas de opinião gerem um número preciso e objetivo, existe uma construção

discursiva. Soma-se também o fato de os entrevistados poderem responder aquilo que consideram como correto, e não sua real opinião (CASADEI, RODRIGUES, BIERNATH, 2016).

No exemplo seguinte, tem-se um infográfico da *Folha de S. Paulo* sobre a evolução econômica dos países emergentes, e a bandeira dos Estados Unidos é inserida no topo como se fosse um objetivo a ser atingido pelos demais; além disso, a comparação do crescimento econômico é feita de uma linha do tempo que começa no Regime Militar e vai até 2011, relacionando diferentes momentos históricos que possuem características específicas, não devendo ser comparados analogamente (CASADEI, RODRIGUES, BIERNATH, 2016).

Da mesma forma, Rodrigues (2014) apresenta dois casos em que os gráficos influenciam narrativa. O primeiro de 2013, do *Estadão Dados*, pressupõe uma conexão entre a popularidade da, então, presidenta Dilma Rousseff e o Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC). No contexto de sua publicação, a relação entre os indicadores parece diretamente proporcional, porém outros fatores poderiam determinar o aumento ou queda de cada um. Se os mesmos dados estivessem em gráficos separados, essa mesma interpretação poderia não ser feita pelo leitor.

O caso do *La Nación* é um pouco diferente, o infográfico interativo traz a variação da taxa de desemprego na Argentina desde 2006 até 2013, e permite que o usuário manipule os dados, filtrando-os de acordo com o seu interesse entre as opções disponíveis, como idade, gênero, etnia. Porém, novamente, fatores variados poderiam influenciar os índices, como qualificação profissional, políticas públicas, número de vagas em relação à população (RODRIGUES, 2014).

Vistos os estudos de caso relacionados, é possível estabelecer imbricações entre o jornalismo de dados promovido por infográficos carregados de carga discursiva como um agente de força na construção do acontecimento. Inclusive, quando o leitor tem a possibilidade de fazer seus próprios filtros, eles passaram antes pelos “filtros” do jornalista.

Considerações finais

A luz das ideias de Quéré (2005) é possível estabelecer uma conexão do jornalismo de dados com as diversas categorias do acontecimento. No caso da temática em questão, podemos apreender o estabelecimento de reportagens baseadas em dados como um acontecimento, parcialmente provocado, pois a extração, a interpretação e a publicação dos dados é feita pelo jornalista. Porém, o fator desencadeador dos dados

surge de acontecimentos dos quais não há controle. Por exemplo, na criação de infográficos a respeito da corrida eleitoral, o jornalista manipula os dados e extrai as informações da pesquisa, mas não é possível controlar as intenções de voto respondidas pelos entrevistados, que são convertidos em dados, a matéria bruta inicial.

O JGD também tem um potencial hermenêutico de clarificar os acontecimentos, dar sentido a eles, e suscitar debates a cerca de questões que podem estar a margem. Além de aproximar e sensibilizar o público com questões geograficamente distantes, vide exemplo do campo de refugiados. O que retoma os aspectos discutidos por Arquembourg, ao refletir que é necessário que acontecimento tenha perdido seu caráter singular e sua subjetividade para que possa ser compreendido e organizado como um acontecimento público. “A factualização liga os parceiros de enunciação, neste caso escritos e público, a um mundo comum não somente no plano geofísico, mas ainda no plano humano” (ARQUEMNOURG, 2011, p.57).

Por outro lado, apesar da objetividade pretendida por meio da utilização de metodologias científicas e exatas, as narrativas de jornalismo de dados, assim como seus infográficos, não estão isentas de cargas interpretativas, variando para mais ou para menos a depender da forma como são construídas.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C.W.. Notes **Towards an Analysis of Computational Journalism**. HIIG Discussion Paper Series, n. 1, 2012.
- ARQUEMBOURG, Jocelyne. Entre facto e sentido: contar o acontecimento. In: **Trajectos**, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, Lisboa, n. 6, p. 109-112, 2005.
- BABO-LANÇA, Isabel. Problema Público e processos de enquadramento: o caso Madeleine McCann. In: **Trajectos** - Revista de Comunicação, Cultura e Educação, Lisboa, n. 11, p. 47-66, 2007.
- BELL, Emily et al. A IMPRENSA NAS PLATAFORMAS: COMO O VALE DO SILÍCIO REESTRUTUROU O JORNALISMO. **Revista de Jornalismo Espm**, [s.l], v. 1, n. 1, p.48-83, dez. 2017. Semestral.
- BERGER, Peter L.; LUKHMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. [1966] 10ª. ed. Petrópolis: Vozes, 1985
- BERGER, Peter L.; LUKHMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno.[1995] Petrópolis: Vozes, 2004.

BERTOCCHI, Daniela; **Dos Dados aos Formatos: Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital**. 2013. 245 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BORRAT, Héctor. El primado del relato. **Anàlisi**: Quaderns de comunicació i cultura, Barcelona, n. 25, p.41-60, 2000.

BOUNEGRU, Liliana. **Data Journalism in Perspective**. In: GRAY et al. (orgs.). *The data journalism handbook: how journalists can use data to improve the news*. Sebastopol: O'Reilly, 2012. [Ebook]

CASADEI, E. B.; RODRIGUES, K. de C.; BIERNATH, C. A. G. O não dito em infográficos: jornalismo de dados, discurso constituinte e silêncio como efeito de sentido **Rev. Estud. Comun.** Curitiba, v. 17, n. 43, p. 101-117, set. /dez. 2016

CEFAÏ, Daniel. **La constitution des problèmes publics**. Paris: CNET, 1996.

COLUSSI, Juliana; SILVA, Flávia Gomes-franco e. Do jornalismo de dados à narrativa hipermídia: um estudo de caso dos jornais brasileiros Folha e Estadão. **Index.comunicación**, Madrid, v. 7, n. 3, p.163-186, jul. 2017. Disponível em: <<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/318>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

ESTARQUE, Marina. **Além da notícia: site brasileiro inova ao investir em jornalismo de contexto e multidisciplinar**. In: MIOLI, Teresa; NAFRÍA, Ismael. *Jornalismo Inovador na América Latina*. [s.l.]: Centro Knight, 2017. p. 65-68. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/books/PIPortugues.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

DEWEY, John. **The public and its problems**. New York: Henry Holt & Co, 1927.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **Cultivating the landscape of innovation in computational journalism**. City University of New York, abr. 2012.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. In: **Galáxia**, (São Paulo, *Online*), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston, Northeastern University Press, 1986.

HOLOVATY, Adrian. **A fundamental way newspaper sites need to change**. 2006. Disponível em: <<http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>>. Acesso: 09 jul. 2018.

LIMA JR., Walter T. Jornalismo computacional em função da “Era do Big Data”. **Revista Líbero**, v. 14, n. 28, p. 45-52, 2011.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira (Org.). **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis, Insular, 2010, Volume 01, p 19-42.

MEYER, Philip. **The new precision journalism**. 1991. Disponível em: <<http://www.unc.edu/~pmeyer/book/>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

MIOLI, Teresa; NAFRÍA, Ismael. **Jornalismo Inovador na América Latina**. Texas: Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, 2017. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/books/PIPPortugues.pdf>>. Acesso: 09 jul. 2018.

NEXO. **Sobre o Nexo**. 2015. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/about/Sobre-o-Nexo>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: **Trajectos**. Revista de Comunicação, Cultura e Educação, nº 6. Lisboa: ISCTE / Casa das Letras / Editorial Notícias, 2005, p. 59-75.

RIZZOTTO, Carla; PRUDÊNCIO, Kelly; SAMPAIO, Rafael C. Tudo normal: a despolitização no enquadramento multimodal da cobertura do impeachment de Dilma Rousseff. In: **Comunicação e Sociedade/ C&S** – São Bernardo do Campo, v. 39, n. 3, p. 111-130, set./dez. 2017 .

SANCHO, José Luis Valero. La comunicación de contenidos en la infografía digital. **Estudios Sobre El Mensaje Periodístico**, Madrid, v. 16, n. 1, p.469-483, 2010.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p.95-107, jun. 2005.

SILVA, Terezinha; FRANÇA, Vera. Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**, Brasília, v. 2, n. 3, p.1-21, set-dez 2017.

RODRIGUES, Kelly de Conti. Jornalismo de dados na web: estudo da produção de sentido na infografia do blog do estado dados e do la nación data blog. In: INTERPROGRAMAS DE MESTRADO FACULDADE CÁSPER LÍBERO, 10., 2014, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Cáspes Líbero, 2014. p. 1 - 14.

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

ROGERS, Simon. **The state of data journalism in 2017**. 2017. Google News Initiative. Disponível em: <<https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/data-journalism-2017/>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

ROSEGRANT, Susan. **Revealing the roots of a riot**. ISR Sampler, Ann Arbor, 1º abr. 2011. Disponível em: <http://home.isr.umich.edu/sampler/revealing-the-roots-of-a-riot/>. Acesso: 09 jul. 2018.

TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s.l.], v. 11, n. 1, p.291-304, 4 maio 2014. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

_____. Jornalismo Guiado por Dados: características definidoras e uma proposta de formulação do conceito. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Sbpjor, 2013. p. 1 - 16.