

O JORNALISMO DE DADOS COMO FERRAMENTA DE CREDIBILIDADE DE GAÚCHAZH EM TEMPOS DE PANDEMIA

DATA JOURNALISM AS A CREDIBILITY STRATEGY FOR GAÚCHAZH IN TIMES OF PANDEMIC

EL PERIODISMO DE DATOS COMO HERRAMIENTA DE CREDIBILIDAD PARA GAÚCHAZH EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Alciane Baccin*
Érika Dal'Carobo**

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de entender, a partir das falas de repórteres, de que maneira o jornalismo de dados pode influenciar a credibilidade construída pelo jornalismo de GaúchaZH neste momento de pandemia da Covid-19. Nossa pergunta norteadora leva em conta a perspectiva dos jornalistas, para entender como o jornalismo de dados influencia na credibilidade constituída pelo jornalismo de GaúchaZH em tempos de pandemia? Esta pesquisa está em fase inicial e se propõe ainda a refletir sobre os conceitos de credibilidade (LISBOA; BENETTI, 2017), de jornalismo de dados (TRÄSEL, 2014; GEHLEN, 2016), de jornalismo declaratório (BELARDIN; GARCIA, 2011) e as relações com o jornalismo investigativo (DIAS; GEHRKE, 2017). O presente artigo é parte de uma pesquisa sobre a produção jornalística do Grupo RBS durante a pandemia, que coletou entrevistas com jornalistas de GaúchaZH, que revelaram o vínculo entre jornalismo de dados e credibilidade. Uma das hipóteses é a de que o jornalismo de dados pode ser usado no cruzamento dos dados com entrevistas de fontes oficiais, aproximando a produção jornalística dos fatos concretos realidade.

Palavras-chave: Jornalismo de dados. Credibilidade. Pandemia. GaúchaZH. Produção jornalística.

ABSTRACT

This article aims to understand, from the reporters' speeches, how data journalism can influence the credibility built by GaúchaZH journalism in this Covid-19 pandemic moment. Our guiding question takes into account the perspective of journalists, in order to understand how data journalism influences the credibility constituted by journalism in GaúchaZH in times of pandemic? This research is in its initial phase and proposes to reflect on the concepts of credibility (LISBOA; BENETTI, 2017), data journalism (TRÄSEL, 2014; GEHLEN, 2016), declaratory journalism (BELARDIN; GARCIA, 2011) and the relations with investigative journalism (DIAS; GEHRKE, 2017). This article is part of a research on the journalistic production of Grupo RBS during the pandemic, which collected interviews with journalists from GaúchaZH, who revealed the link between data journalism and credibility. One hypothesis is that data journalism can be used to cross-check data with interviews from official sources, bringing the stories closer to reality.

Keywords: Data journalism. Credibility. Pandemic. GaúchaZH. Journalistic production.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender, a partir de los discursos de los reporteros, cómo el periodismo de datos puede influir en la credibilidad construida por el periodismo de GaúchaZH en este momento de la pandemia del Covid-19. Nuestra pregunta guía toma en cuenta la perspectiva de los periodistas, para entender cómo el periodismo de datos influye en la credibilidad que constituye el periodismo en GaúchaZH en tiempos de pandemia. Esta investigación se encuentra en su fase inicial y propone reflexionar sobre los conceptos de credibilidad (LISBOA; BENETTI, 2017), periodismo de datos (TRÄSEL, 2014; GEHLEN, 2016), periodismo declaratorio (BELARDIN; GARCIA, 2011) y las relaciones con el periodismo de investigación (DIAS; GEHRKE, 2017). Este artículo es parte de una investigación sobre la producción periodística del Grupo RBS durante la pandemia, que recogió entrevistas a periodistas de GaúchaZH, quienes revelaron el vínculo entre el periodismo de datos y la credibilidad. Una hipótesis es que el periodismo de datos se puede utilizar para cotejar datos con entrevistas de fuentes oficiales, acercando las historias a la realidad.

Palabras-clave: Periodismo de datos. Credibilidad. Pandemia. GaúchaZH. Producción periodística.

* Professora da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Coordenadora substituta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC). Docente do curso de Jornalismo da Unipampa. Diretora editorial da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Membro do Conselho Fiscal da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7193-0182>
E-mail: alcianebaccin@unipampa.edu.br

** Jornalista. Graduada pela Universidade Federal do Pampa (Unipampa)
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9240-7419>
E-mail: erikadalcarobo@gmail.com

1 JORNALISMO E PANDEMIA

Na segunda metade de março de 2020, as redações jornalísticas de todo o Brasil passaram por drásticas mudanças. Devido à pandemia da Covid-19, a clássica forma de fazer jornalismo, como conhecíamos anteriormente, teve de se adaptar a uma nova realidade. A apuração da pauta à distância foi intensificada, assim como a realização das entrevistas através de videochamadas. O espaço físico da redação deu lugar, em muitos casos, à casa dos próprios jornalistas, com o *home office*. Neste momento, os jornalistas tiveram que alterar suas rotinas de trabalho, pois - diferente do que ensinam nos cursos de jornalismo - o ideal é evitar, quando possível, ir ao local para checagem de informações, se estas não forem de extrema importância. Toda essa adaptação constitui inúmeros desafios para o jornalista e, a partir desse cenário, buscamos saber e entender como estes profissionais estão lidando com essa nova realidade e quais são as possibilidades de apuração.

Este trabalho faz parte de uma pesquisa maior que resultará na elaboração de um livro-reportagem (e-book) para conclusão do curso de graduação em jornalismo, que aborda as mudanças na produção jornalística do grupo RBS[1] em tempos de pandemia. A metodologia que utilizamos foi a entrevista semiaberta. Ao longo dos meses de maio, junho e julho de 2020, entrevistamos dez jornalistas do Grupo RBS. Neste trabalho, que é um recorte desta pesquisa mais abrangente, destacamos duas entrevistas que fazem a relação direta entre jornalismo de dados e credibilidade na produção jornalística. Selecionamos esta abordagem visto que a própria GaúchaZH[2] destaca o jornalismo de dados como uma maneira do leitor compreender melhor os assuntos tratados pelas reportagens e, de acordo com Benetti (2017), a linguagem clara é fundamental na transmissão de credibilidade.

A carta da editora, Dione Kuhn, do dia 25 de maio de 2020, intitulada “Conversar com números: Ao transformar dados em reportagens, ajudamos o nosso leitor a entender melhor o momento” afirma que atualmente, no grupo RBS, são vários os profissionais que sabem “conversar com números”. Para corroborar com sua opinião, a editora traz o relato do repórter Marcelo Gonzatto. Segundo ele:

dados são ainda mais relevantes em períodos como uma pandemia, em que a doença se confunde com posicionamentos políticos e ideológicos. Os números ajudam a encontrar bases mais sólidas para analisar o que está ocorrendo e planejar o futuro, reduzindo o alcance de ‘achismos’ e ‘interesses particulares’ (GONZATTO apud KUHN, 2020, s/p)

Kuhn busca explicar como o uso de dados, números sólidos e concretos, pode reforçar a relevância das matérias durante a pandemia. Foi através destes especialistas em dados que GaúchaZH esteve disponibilizando um painel de evolução dos casos do coronavírus no Rio Grande do Sul, com acesso exclusivo para consumidores assinantes do digital. O painel permite o acompanhamento, quase que em tempo real, de números de novos casos e de novas mortes por Covid-19 no Rio Grande do Sul.

Outro fator que instigou a iniciativa desta pesquisa são os indicadores de audiência de alguns jornais dos meses de março a maio de 2020, a exemplo de GaúchaZH e da Folha de S. Paulo, os quais tiveram um aumento significativo. A Folha de S. Paulo apontou recordes no consumo de notícias em sua plataforma. Segundo a matéria[3] “Folha lança vídeo de agradecimento aos leitores por recorde de audiência”, do dia 20 de junho de 2020, o número teria sido garantido, em grande parte, “devido à cobertura da pandemia do coronavírus e da crise do governo Bolsonaro” (s/p). Os dois fatos teriam feito com que a empresa jornalística atingisse um crescimento de 50% ao mês no número de novos assinantes, a maior audiência registrada na história do jornal.

Este crescimento pôde ser visto também no grupo RBS, como indicado pela matéria “Veículos da RBS batem recordes de audiência”[4], publicada no site de GaúchaZH no dia 3 de abril de 2020, onde o Grupo afirma que os “números reforçam crença da empresa no valor da informação qualificada para a sociedade” (s/p).

Esses números podem estar relacionados com o aumento da preocupação do público durante a pandemia, visto que, em momentos de incerteza, os indivíduos dão mais atenção para fontes conhecidas. É isso que aponta o estudo[5] da Universidade de Michigan publicado no dia 31 de julho de 2020 pela própria GaúchaZH[6]. De acordo com a pesquisa, durante a pandemia, os links mais compartilhados nos sites de redes sociais são de fontes do jornalismo profissional, ao invés de links de fontes não confiáveis. A partir disso, o objetivo geral deste trabalho é entender, a partir das falas de repórteres, de que maneira o jornalismo de dados pode influenciar a credibilidade construída pelo jornalismo de GaúchaZH neste momento de pandemia da Covid-19. O jornalismo parece estar de volta ao centro do palco, por isso, devemos entender quais elementos farão com que ele permaneça sendo consumido avidamente em um futuro pós-pandemia e saber se o jornalismo de dados pode ser uma opção para reforçar essa permanência.

Movendo Ideias, Belém-PA, v. 26, n. 1, jan./jun. 2021. e-ISSN: 2675-3162.

[1]O Grupo RBS é um conglomerado de mídia, situado na região Sul do Brasil, e que possui a maior afiliada à Rede Globo. O Grupo produz conteúdos jornalísticos, de entretenimento e de serviços por meio de emissoras de rádio e de televisão, jornais e portais de internet. O grupo possui como suas subsidiárias 12 emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo (RBS TV), 16 emissoras de rádio (Rádio Gaúcha, Rádio Atlântida, 102.3 FM, Rádio Farroupilha, CBN Porto Alegre, Rádio Rural, 92 FM) e três jornais (Zero Hora, Diário Gaúcho, Pioneiro).

[2]O GaúchaZH (GZH) é um site e aplicativo de notícias mantido pelo Grupo RBS. O GZH foi lançado em 21 de setembro de 2017, após a fusão dos portais da Rádio Gaúcha e do Jornal Zero Hora. O jornal digital disponibiliza o conteúdo de jornalismo, unindo o conteúdo das empresas do Grupo RBS, como a RBS TV, Jornal Zero Hora, Jornal Pioneiro e Rádio Gaúcha.

[3] Link da matéria: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/06/folha-lanca-video-de-agradecimento-aos-leitores-por-recorde-de-audiencia.shtml> Acesso em: 11 jun. 2021.

[4] Link da matéria: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2020/04/veiculos-da-rbs-batem-recordes-de-audiencia-ck8kpt33601gj01pmcw6la6v2.html> Acesso em: 11 jun. 2021.

[5] Link da publicação do estudo: <https://news.umich.edu/people-fly-to-quality-news-on-social-sites-when-faced-with-uncertainty/> Acesso em: 11 jun. 2021.

[6] Link da matéria: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2020/07/estudo-mostra-que-em-momentos-de-incerteza-leitores-procuram-informacao-em-veiculos-conhecidos-ckdamoyus006201h8c72vjK0q.html> Acesso em: 11 jun. 2021.

Este é um momento histórico para o jornalismo, nunca antes experimentado por estes profissionais. A credibilidade dos veículos, como veremos mais à frente, está fragilizada e é por este motivo que devemos entender quais são os elementos que podem reconstituir essa credibilidade. Essa necessidade, aliada ao objetivo de nossa pesquisa, dá origem a nossa pergunta norteadora que tentará ser respondida: da perspectiva dos jornalistas, o jornalismo de dados influencia na credibilidade constituída pelo jornalismo de GaúchaZH em tempos de pandemia?

2 CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

A pandemia da covid-19 é um tema novo, seus reflexos no jornalismo, e no que isso significa, estão em constante adaptação. As empresas jornalísticas se adequam e mudam suas rotinas, conforme a doença progride ou regride. Entender esse período é fundamental para projetar como o jornalismo deverá se ajustar a essa fase com credibilidade. Esse ajuste tem que levar em conta que a credibilidade é essencial para a sobrevivência do jornalismo, e deve sempre ser uma preocupação constante das redações e dos gestores das empresas jornalísticas.

Quando falamos sobre credibilidade, precisamos compreender o que significa para o jornalismo. Lisboa e Benetti (2017) afirmam que o conceito deve ser definido com dois significados distintos, sendo a credibilidade construída pelos jornais e a percebida pela audiência. A primeira abarca o discurso do comunicador, afirmando que:

a credibilidade, enquanto atributo de qualidade do enunciador ou de seu discurso, seria dependente da perspectiva de um outro sujeito. A credibilidade constituída de um orador precisa preexistir à percepção do interlocutor, mas só ganha sentido dentro de uma relação intersubjetiva (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 54 Acesso em: 11 jun. 2021.).

Ou seja, deve prever como a audiência percebe as informações, usando de uma linguagem clara e, de certa maneira universal, transmitindo confiabilidade. Já a segunda maneira diz respeito à credibilidade efetiva, mensurável, percebida pelos demais sujeitos. De acordo com as autoras, esta segunda dimensão está diretamente afetada pela credibilidade constituída.

Conforme Grossi e Santos (2018), vários são os fatos que influenciam tanto a credibilidade construída quanto a percebida pela audiência. Isso quer dizer que a credibilidade não depende apenas da produção jornalística, ela vai além. Elementos como o clima político e as concepções, dependendo da época, podem influenciar. As autoras afirmam que:

a dinâmica dessa relação intersubjetiva é influenciada por diversos aspectos que podem estar ou não envolvidos na cadeia de produção noticiosa, como o clima político, econômico e social em uma determinada época e sociedade e a impressão, verídica ou não, de que a mídia está interferindo de alguma maneira nessa realidade. Dessa forma, pode ocorrer a desconfiança generalizada no conteúdo jornalístico atual e em seus atores (GROSSI; SANTOS, 2018, p. 43).

Esse sentimento de desconfiança percebido pela audiência pode ter um plano de fundo que está diretamente ligado ao contexto e à percepção da população em uma determinada época. No Brasil não é diferente, um dos pontos que reafirmam essa interferência é a maneira como o governo atual brasileiro interage com o jornalismo. Seabra (2020) explica sobre esse contexto, onde afirma que:

a eleição de Jair Bolsonaro à Presidência da República inaugurou uma nova era na política brasileira. Não que a relação entre imprensa e ocupantes de cargos públicos seja amena, mas a frequência de ataques e a agressividade é tão alta que, pela primeira vez desde a redemocratização, a Fenaj vem monitorando o que diz o presidente sobre a imprensa e os jornalistas (SEABRA, 2020, p. 99).

Um dado que corrobora com a proposição de Seabra (2020) é o da Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ), que aponta que em um ano na presidência, Jair Bolsonaro sozinho foi responsável por 58% dos ataques a jornalistas no Brasil. Resistente em conceder entrevistas para veículos jornalísticos, em maio de 2020, Bolsonaro chegou a pedir para que um dos jornalistas, que o questionava sobre a interferência do presidente na Polícia Federal, calasse a boca. Esse tipo de atitude e os índices de violência verbal voltados para os profissionais de imprensa refletem certa desconfiança de seus seguidores sobre a credibilidade do jornalismo brasileiro.

Segundo Grossi e Santos (2018), o que permite o jornalismo atuar na sociedade e retratar a realidade é a segurança da audiência de que o conteúdo que ele está consumindo é verdadeiro e, sendo assim, confiável. Ainda de acordo com as autoras, quando se coloca em dúvida a veracidade, a legitimidade do jornalismo profissional é posta em cheque dentro de uma democracia, bem como a percepção de sua credibilidade.

Um exemplo disso é o que Santos (2019) ressalta sobre a relação de Bolsonaro com o jornal Folha de S. Paulo, no qual antes mesmo de ser eleito, o atual presidente já fazia ataques ao veículo em sites de redes sociais. De acordo com o trabalho do autor, em 18 de outubro de 2018, já eleito, antes de assumir a presidência, Bolsonaro usou a rede social Twitter para dizer que: “A mamata da Folha de S. Paulo vai acabar, mas não é com censura não! O dinheiro público que recebem para fazer ativismo político vai secar, e mais, com sua credibilidade no ralo com suas informações tendenciosas são mais sérias que uma revista de piada!” (BOLSONARO, 2018, s/p).

Quando se refere a “mamata”, Bolsonaro dá a entender que a Folha de S. Paulo teria um ganho desonesto, através de transação de um órgão público ou por suborno e que isso influenciaria na produção das matérias do veículo. Esse tipo de acusação é comum no atual governo, que constantemente tenta desacreditar inúmeros veículos jornalísticos brasileiros com ataques desse gênero.

3 JORNALISMO DE DADOS

A produção jornalística tem enfrentado diversos empecilhos durante esse período, mas um dos mais marcantes é a divergência de informações de órgãos como a Organização Mundial da Saúde e o governo brasileiro. Em 15 de maio de 2020, a GaúchaZH publicou uma matéria que traz a perspectiva do diretor-executivo da OMS, Michael Ryan, sobre a divergência de informações no combate à pandemia. Ele disse que é importante que países como o Brasil, grandes e complexos, tentem mostrar à população que estão seguindo conhecimentos científicos. A fala fazia referência ao uso dos medicamentos Cloroquina e Hidroxicloroquina, fortemente defendido por Bolsonaro, mas sem comprovação científica, e foi feita após saída do segundo ministro da saúde durante o governo Bolsonaro, Nelson Teich.

As divergências sobre orientações como o uso ou não de máscaras, o uso da Cloroquina e da Hidroxicloroquina e outras recomendações fazem com que a apuração jornalística busque formas precisas de informação que consigam ir além do jornalismo declaratório. O uso de dados de pesquisas e dados oficiais podem balizar as informações jornalísticas. Essa prática é comum no jornalismo de precisão, precursor do jornalismo de dados. No livro *Precision Journalism* (Jornalismo de Precisão), escrito em 1970, o jornalista Philip Meyer apontava a necessidade do uso de técnicas quantitativas das ciências sociais para diminuir a frequência de erros dos repórteres na apreensão dos fatos.

As definições sobre Jornalismo de Dados ou Jornalismo Guiado por Dados, como alguns autores abordam, são diversas. A definição que abordaremos diz respeito “ao uso de técnicas que coletam, analisam e aplicam os dados de diferentes bases no conteúdo jornalístico tendo por intermédio o uso de computadores” (GEHLEN, 2016, p. 115). Ou seja, o jornalismo de dados é o uso de base de dados na produção do conteúdo jornalístico, aplicando a computação em conjunto com as ciências sociais em seu processo.

É importante que consigamos diferenciar o jornalismo “de” dados do jornalismo “com” dados. No primeiro, o jornalismo de dados, é aquele que usa os dados como pauta e ponto de partida, enquanto o segundo, jornalismo com dados, é o jornalismo que usa dados em sua produção, o jornalismo tradicional (MANCINI; VASCONCELLOS, 2016, 2018). O jornalismo de dados permite matérias que partem de um elemento palpável, concreto, que no caso são os dados disponíveis em banco de dados do governo, de organizações etc.

Nosso entendimento sobre jornalismo de dados parte das conceituações elaboradas por pesquisadores como Träsel (2014) e Gehlen (2016) que definem o Jornalismo Guiado por Dados (JGD) como sendo um conjunto de práticas difundidas após a metade dos anos 2000, que aplicam técnicas computacionais e científicas para a produção, tratamento e cruzamento de grandes quantidades de dados, tendo por intuito proporcionar maior eficiência na recuperação de informações e portanto, melhor desenvolvimento de produtos jornalísticos em sua apuração, edição, publicação e circulação.

Estamos adotando neste artigo o termo jornalismo de dados como sinônimo de JGD, pois “os dados são os mediadores do processo jornalístico que, neste contexto, dirige o foco para as histórias jornalísticas” (MARTINHO, 2014 apud MOURA, 2018, p. 24). Martinho (2014) afirma que esse tipo de jornalismo, com uma nova abordagem, que se dá exclusivamente a partir da análise de dados, está diretamente influenciado por quatro fatores:

- O aumento da quantidade de dados disponibilizadas digitalmente;
- O grande volume de dados provenientes de políticas de abertura e transparência dos dados;
- A democratização das formas de acesso e de visualização dos dados devido aos avanços tecnológicos;
- O aumento das habilidades dos indivíduos com o digital.

O jornalismo de dados vai para uma linha contrária ao jornalismo declaratório, que, como descrito por Belardin e Garcia (2011):

tem como suas principais características a declaração de fontes e documentos oficiais e releases. A deficiência em investigar o que há por trás de algumas reportagens traz à tona um novo jeito de fazer jornalismo, apenas com coleta de dados e a divulgação de informações e documentação oficiais. Em resumo, é uma prática do mau jornalismo, ou de jornalismo de má qualidade (BELARDIN; GARCIA, 2011, p. 5).

Isso quer dizer que o jornalismo declaratório não busca a plena verificação do conteúdo que está sendo transmitido, baseia-se apenas, em sua maioria, nos relatos das fontes. Belardin e Garcia (2011) falam que no jornalismo declaratório: “a produção da pauta, apuração do caso, busca fontes não-oficiais, infiltração – se necessário, divulgação de informações e documentos exclusivos e fazer a investigação profunda, deixam de ser características cotidianas do jornalismo” (BELARDIN; GARCIA, 2011, p. 13).

Diferente do jornalismo declaratório, o jornalismo de dados usa informações que não estão em destaque, que podem ser investigadas e saem da agenda. Segundo Ventura (2018), o jornalismo de dados tem potencial de clarificar os acontecimentos, bem como suscitar debates sobre questões que podem estar fora dos holofotes, bem como o JD gera objetividade para a matéria. A autora frisa que até mesmo o JD não está livre de cargas interpretativas em suas narrativas, apesar de usar metodologias científicas e exatas.

Este tipo de busca pela exatidão é um dos elementos que fazem com que a credibilidade constituída pelo jornalismo possa ser observada. A busca pela precisão é de extrema importância durante a pandemia da Covid-19, principalmente se levarmos em conta a grande circulação de falsas informações sobre como tratar a doença. Um fato que comprova essa circulação de informações sem fonte, foi a criação de uma aba[7] no site da Secretaria da Saúde do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, para desmentir informações não verdadeiras sobre a Covid-19. Este ponto nos leva à pergunta problema que origina este artigo, como já destacamos.

No Grupo RBS, o uso do jornalismo de dados pode ser observado na atenção do veículo em contratar profissionais especializados na área, a exemplo da contratação do jornalista Marcel Hartmann, bem como na elaboração de algumas matérias de saúde publicadas pelos mesmos. Um dos núcleos da empresa que usa de forma constante o jornalismo de dados é o Grupo de Investigação (GDI), principalmente acionando a Lei de Acesso à Informação (LAI).

Como descrito pelo site de GaúchaZH, o GDI foi criado em dezembro de 2016, reunindo 10 profissionais do jornal impresso, da rádio e da TV. Segundo a matéria[8] do site Coletiva.net, de 12 de dezembro de 2016, intitulada “Dez profissionais integram Grupo de Investigação do Grupo RBS”, o grupo “mescla perfis que se complementam entre si, e conta com repórteres experientes em jornalismo de dados, outros que dominam as técnicas da infiltração jornalística” (s/p).

Dias e Gehrke (2017), em sua pesquisa sobre jornalismo investigativo e transparência, analisam a série de reportagens intitulada “Perigo no Prato” criada pelo GDI do grupo RBS. Na pesquisa, as autoras separam a análise da série de reportagens em três eixos, sendo eles:

- separar as fontes por tipo;
- analisar as estratégias discursivas, a partir do jornalismo investigativo;
- identificar os recursos que complementam a narrativa textual, como fotos, áudios, vídeos e infográficos.

A partir dessa análise sobre o uso de dados na produção das matérias do GDI, as autoras constatam que:

percebeu-se, no trabalho analisado, um esforço de investigação aprofundado, tendo como ponto de partida uma fonte documental, o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), que foi obtido por meio da Lei de Acesso à Informação. As fontes acionadas, a decisão por empreender uma análise independente da que deveria estar sendo realizada pelos órgãos oficiais para a identificar a extensão do problema reconhecido e firmado em documento oficial, nos permitiram refletir sobre as potencialidades da LAI combinada a técnicas de investigação apuradas e a busca pela diversidade de fontes (DIAS; GEHRKE, 2017, p. 17).

A pesquisa mostra que o uso da Lei de Acesso a Informação (LAI) é uma das ferramentas mais utilizadas pelo GDI do grupo RBS, bem como traz profundidade para o fazer jornalismo. O grupo une os dados com uma apuração aprofundada, que visa ir além do jornalismo declaratório. De acordo com Dias e Gehrke (2017), esta investigação responsável, é uma forma de recuperar a confiança do público. Apesar deste ponto, afirmam que mesmo com o uso da LAI, o grupo ainda não se aprofunda no uso dos bancos de dados.

As autoras concluem que “ainda que o ponto de partida tenha sido a LAI, geralmente utilizada em textos dessa natureza, poderia ser incrementada com informações de bancos de dados públicos” (DIAS; GEHRKE, 2017, p.17), o que não aconteceu nas matérias analisadas. Isso poderia elevar a credibilidade constituída pelo jornal, tornando-o ainda mais relevante.

Um fato importante é que, segundo o site do grupo RBS, o jornal Zero Hora, em 2012, antes de se fundir com a rádio Gaúcha e tornar-se GaúchaZH, possuía um site de jornalismo em banco de dados. O portal, intitulado “ZH Dados”, disponibilizava uma ferramenta que permite ao leitor interagir com a base de dados para buscar informações de dados abertos como, por exemplo, os dados da prefeitura de Porto Alegre. Apesar dos registros sobre a existência deste site, o endereço em que ele se encontrava disponível não existe mais. Quando pesquisamos o endereço na internet o link redireciona para o novo site de GaúchaZH. Não há mais nenhuma informação sobre o destino do site, mudança de link ou desativação da página.

[7] Link para o site: <https://coronavirus.rs.gov.br/cuidado-com-as-fake-news> Acesso em: 11 jun. 2021.

[8] Link para a matéria: <https://coletiva.net/comunicacao/dez-profissionais-integram-grupo-de-investigacao-do-grupo-rbs,124927.jhtml> Acesso em: 11 jun. 2021.

4 COLETA E ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Para realizar as entrevistas, utilizamos o método semiaberto, descrita por Duarte e Barros (2005), no qual as questões elaboradas podem ser flexibilizadas ao decorrer das entrevistas, além de poderem ser ramificadas, dando profundidade às perguntas feitas aos entrevistados. Estas novas questões, que fogem do roteiro, são elaboradas pelo próprio entrevistador durante a entrevista.

Este método, dentro da proposta deste artigo, foi de extrema importância para que os entrevistados se sentissem à vontade para abordar novos temas em suas respostas e isso possibilitou entender como o jornalismo de dados e a credibilidade podem estar vinculados à forma de fazer jornalismo de GaúchaZH. Para a seleção dos entrevistados, de maneira geral, foi utilizada a amostragem em bola de neve, que consiste em usar documentos ou informantes-chave, visando localizar pessoas com perfil necessário para a pesquisa (VINUTO, 2014). Isso ajuda o pesquisador a iniciar seus contatos e chegar ao grupo que será pesquisado.

Como dito anteriormente, durante as entrevistas com os jornalistas de GaúchaZH sobre a rotina jornalística da empresa e a pandemia da Covid-19, dois dos seis jornalistas entrevistados abordaram em seus relatos a questão do jornalismo de dados na construção da credibilidade jornalística durante a pandemia, relacionando com um aprendizado que pode ficar para o futuro (pós-pandemia). A partir desta observação, delimitamos o recorte desta pesquisa, buscando observar a relação do jornalismo de dados com a construção da credibilidade jornalística construída pelo profissional do jornalismo. Entrevistas foram realizadas na segunda metade de maio de 2020, através da plataforma Skype. Quando perguntamos sobre como o profissional visualiza o jornalismo do futuro, depois que as restrições de isolamento físico forem suspensas, a jornalista Aline Custódio (repórter que cobre o tema Covid-19) destaca que o futuro é o jornalismo de dados, pois ele já se apresenta como fundamental para o jornalismo atual, por proporcionar que as histórias sejam contadas a partir das grandes quantidades de dados disponíveis e espalhados pelos órgãos e instituições governamentais e hospitalares do Brasil inteiro, além de contribuir fortemente no combate às *fakenews* (CUSTÓDIO, 2020).

Durante a decupagem das respostas percebeu-se a associação, por parte dos jornalistas, do jornalismo de dados com o conceito de credibilidade, bem como com o aumento da audiência. Ao falar sobre o crescimento do consumo de informação jornalística, Custódio abordou o jornalismo investigativo, do GDI, e o uso do jornalismo de dados, como falado por Dias e Gehrke (2017). A repórter ressalta que:

a gente tem que deixar uma porta para grandes reportagens de investigação, está faltando matérias investigativas hoje, principalmente, no nosso jornalismo local, nós não temos mais repórteres investigativos. Tem o GDI, mas com essa questão do coronavírus meio que se perdeu, talvez volte depois. Talvez o jornalismo de dados venha por aí, para investigar coisas (CUSTÓDIO, 2020, s/p).

Para a jornalista, o jornalismo de dados também é o que “extraí as melhores pautas e as manchetes”, mas deve-se também achar cases, humanizar os dados, não destacar o número pelo número, mas a partir dos números encontrar as melhores histórias. Pois, segundo a repórter, um jornalista completo é aquele que sabe investigar os dados e cruzá-los com casos reais.

O jornalista de dados Marcel Hartmann (também designado para a cobertura do tema Covid-19 no grupo GaúchaZH), aborda uma perspectiva semelhante, afirmando que é importante que um jornalista de dados vá para a rua para “dar vida aos dados”, mas que no seu caso essa não é uma prática tão frequente, a premissa é “entrevistar os dados”. Sobre o uso do jornalismo de dados durante a pandemia, Hartmann (2020) afirma que as reportagens do veículo estão voltadas para análise dos dados sobre a pandemia no Brasil, sendo comparados com dados de outros países e, dessa forma, produzir gráficos informativos. O jornalista explica que o jornalismo de dados é importante durante a pandemia porque ele confronta o que é colhido durante o jornalismo declaratório, descrito por Belardin e Garcia (2011), visto que durante a pandemia há divergência sobre dados. Os dados trariam uma percepção mais próxima da realidade. Ele diz que os:

dados são importantes, sobretudo, quando a gente embasa uma discussão em dados, a gente consegue uma discussão mais próxima da realidade e menos refém da visão de especialistas, ou de políticos, ou de governo. O que eu quero dizer: às vezes especialistas podem dar visões equivocadas da realidade, não por má fé, mas por limitação da visão (HARTMANN, 2020, s/p).

Hartmann (2020) exemplifica uma das vezes em que o uso dos dados foi de extrema importância para a produção de uma matéria durante a pandemia. Segundo o jornalista, durante a análise, ele descobriu que os números de internações em hospitais de elite de Porto Alegre estavam caindo, enquanto as internações de hospitais do Sistema Único de Saúde (SUS) estavam subindo, isso significaria que a pandemia, no fim maio de 2020, estaria chegando à periferia de Porto Alegre. Durante sua apuração, usando os dados nos questionamentos, ele tentou contato com diretores dos hospitais em questão, que responderam que não achavam que o vírus estaria chegando à periferia. Após essa negativa, ele questionou outros médicos e também o prefeito da cidade de Porto Alegre, os quais confirmaram a informação sobre a chegada da Covid-19 nas periferias. E, a partir disso, ele concluiu que:

se eu dependesse apenas da visão do médico do primeiro hospital, sem ter os números, eu teria uma reportagem que talvez fosse pontuar 'o médico do hospital x avalia que não está entrando na periferia', só que como tem os dados para comprovar isso, a minha reportagem acaba tendo mais fôlego (HARTMANN, 2020, s/p).

O jornalista ainda destaca que os dados do Ministério da Saúde reúnem informações de todo o Brasil, o que faz com que o profissional tenha variadas fontes, coisa que o jornalismo declaratório não consegue alcançar.

Esses elementos, associados com a preocupação da população sobre o vírus, são os fatores que levam ao aumento da credibilidade e do consumo de notícia, aumento da audiência. De acordo com Hartmann (2020), a propagação de campanhas do governo, principalmente campanhas do Ministério da Saúde, associadas com o comprometimento da apuração do jornalismo profissionais são os elementos que fazem as pessoas recorrerem aos jornais. O jornalista constata que “cada jornal tem que se organizar para fazer isso de um jeito, mas eu acho que sim, esse momento revigorou sim a importância dos jornais e eu me pergunto o quanto isso vai ocorrer de fato a longo prazo” (HARTMANN, 2020). Percebemos uma certa dúvida quanto à durabilidade dessa retomada da credibilidade e aumento da audiência durante este período e após seu término.

5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Entender a visão dos repórteres de um veículo como a GaúchaZH sobre a pandemia de Covid-19 e como ela influencia na credibilidade constituída pelos veículos é de extrema importância para projetarmos o que será do jornalismo em um futuro próximo. Este pode ser um vislumbre sobre os próximos passos dos veículos em sua adaptação ao novo cenário ao qual foram submetidos.

Confrontar jornalistas especialistas com o uso dos dados nos dá aporte para uma visão mais vasta e aberta na cobertura sobre os diferentes temas relacionados à pandemia. É essencial que o jornalista apure as informações divulgadas pelas fontes e contraste com bases de dados. Isso nos parece tão óbvio, mas ao mesmo tempo tão raro de se ver no cotidiano das redações que baseiam parte das matérias jornalísticas em declarações de fontes, sem checar a veracidade das informações. Na carta da editora de GaúchaZH, escrita por Dione Kuhn, que já citamos neste artigo anteriormente, encontramos uma entrevista com o jornalista Marcel Hartmann (2020), onde ele explicou que:

ainda que o jornalismo de dados dependa do nível de transparência de um governo, uma vez que eles são compilados e informados por órgãos oficiais, o repórter, quando tem os números em mãos, consegue levá-los para especialistas de fora do governo avaliarem e confrontarem, em muitas vezes, as declarações do governo (HARTMANN, 2020 apud KUHN, 2020).

Esse processo sério, comprometido com a audiência, pode concretizar a credibilidade jornalística que vinha abalada após a desmoralização da profissão por parte dos governantes no Brasil.

Este é um momento de extrema importância para a revalorização do jornalismo e pode se configurar como um período de retomada de algumas práticas de investigação, bem como de ampliação do acesso a bases de dados por parte dos jornalistas. Não sabemos de que maneira exatamente o jornalismo será afetado, mas uma das apostas dos entrevistados é o uso do jornalismo de dados como ferramenta na apuração com vistas em retratar a realidade, e assim manter a qualidade e o comprometimento com o público, independente dos empecilhos enfrentados na apuração do jornalismo diário.

Observar os dados é uma forma de colocar o olho na rua e perceber o que está acontecendo naquele contexto. Esta pesquisa será ainda ampliada para entender de maneira mais abrangente como o jornalismo de dados influencia na credibilidade construída pelos jornalistas de GaúchaZH durante a pandemia da Covid-19. Apesar disso, as constatações preliminares trazidas pelas entrevistas semiabertas mostram o jornalismo de dados como parte da construção da credibilidade em meio à pandemia.

REFERÊNCIAS

BELARDIN, Ariane; GARCIA, Wanderley. Jornalismo Investigativo e declaratório sobre a escolha do estádio paulista em 2014. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – INTERCOM SUDESTE, 16, 2011, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: INTERCOM, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1168-1.pdf>. Acesso em: 10 de jun. 2021.

CUSTÓDIO, Aline. **Entrevista I**. [05. 2020]. Entrevistador: Érika Dal'Carobo Viana. Online. Santiago, 2020. arquivo .mp3 (55 min e 19s.).

DIAS, Anelise; GEHRKE, Marília. Jornalismo investigativo e transparência pública: o caso GDI. In: Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 4, 2017, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ABRAJI, 2017. Disponível em: https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/4/Jornalismo_investigativo_e_transparencia_publica_o_caso_GDI.pdf. Acesso em: 30 jul. 2020.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

GEHLEN, Marco Antônio. **Jornalismo de (im)precisão: o conhecimento matemático e a apuração de números**. 2016. 320 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9501/1/000481373-Texto%2bCompleto-0.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2020.

GROSSI, Angela; SANTOS, Gabriella. Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público. **Âmbitos. Revista Internacional de Comunicación**, Sevilla, n. 42, p. 40-54, 2018.

HARTMANN, Marcelo. **Entrevista II**. 05. 2020 Entrevistador: Érika Dal'Carobo Viana. Online. Santiago, 2020. arquivo .mp4 (50 min e 19s.).

KUNH, Dione. **Conversar com números: Ao transformar dados em reportagens, ajudamos o nosso leitor a entender melhor o momento**. GaúchaZH, Porto Alegre, 22 maio 2020. Carta da Editora. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/dione-kuhn/noticia/2020/05/conversar-com-numeros-ckaiyd7jz00yl015nor5cmoyz.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Márcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51>. Acesso em: 04 ago. 2020.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. Jornalismo de dados: conceitos e categorias. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 18, n. 1, p. 69-82, 2016. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.181.07>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MEYER, Philip. **Precision Journalism: a reporter's introduction to social science methods**. Bloomington: Indiana University Press, 1973.

MOURA, Isabella. **O estado do Jornalismo de Dados no cenário luso-brasileiro**. 2018. 144 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/47623>. Acesso em: 10 jun. 2021.

SANTOS, Elias. **O conflito entre Folha de S. Paulo e Jair Bolsonaro: a credibilidade jornalística percebida pelos leitores**. 2019. 129 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/211981>. Acesso em: 10 ago. 2020.

SEABRA, Cecília. Jornalismo, democracia e afetos: ódio, medo e ressentimento no primeiro ano do governo Bolsonaro. **Compolis**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 84-112, 2020.

TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **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). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/6841>. Acesso em: 06 ago. 2020.

VENTURA, Mariane. **A Infografia e o Jornalismo de Dados na Construção do Acontecimento: Aproximações Teóricas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, 41, 2018, Joinville. **Anais [...]** Joinville: INTERCOM, 2018.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 04 ago. 2020.

Artigo recebido em: 24 maio 2021. | Artigo aprovado em: 05 jun. 2021.