

A CONTEXTUALIZAÇÃO NO JORNALISMO GUIADO POR DADOS DA SÉRIE IGUALDADES DA REVISTA PIAUÍ

CONTEXTUALIZATION IN DATA-DRIVEN JOURNALISM WITHIN THE IGUALDADES SECTION OF PIAUÍ MAGAZINE

Gisele Dotto Reginato ¹
Maria Clara Centeno ²

Resumo

O *corpus* da pesquisa é composto por todas as publicações da seção *Igualdades* durante o ano de 2024, totalizando 15 textos. O aporte teórico-metodológico utilizado é a Análise de Discurso de linha francesa. A partir de 128 sequências discursivas encontradas, a pesquisa mapeou três formações discursivas: contextualização como ampliação, contextualização como transparência e contextualização como dimensionamento. Entendendo que a contextualização observada no *corpus* contribui para a qualificação da informação, destaca-se que a contextualização como ampliação e a contextualização como transparência aparecem como necessárias para qualquer formato de jornalismo, enquanto o sentido atrelado ao dimensionamento é um modo de adicionar contexto mais específico para o Jornalismo Guiado por Dados.

Palavras-chave

Jornalismo; discurso; contextualização; revista piauí; jornalismo de dados.

Abstract

The research corpus consists of all publications in the *Igualdades* section during the year 2024, totaling 15 texts. The theoretical and methodological framework adopted is French Discourse Analysis. From 128 identified discursive sequences, the study mapped three discursive formations: contextualization as expansion, contextualization as transparency and contextualization as sizing. Considering that the contextualization observed in the corpus contributes to enhancing the information, it is highlighted that contextualization as expansion and contextualization as transparency emerge as necessary for any form of journalism, while the approach associated with sizing represents a way of adding context more specific to Data-Driven Journalism.

Keywords

Journalism; discourse; contextualization; piauí magazine; data journalism.

¹ Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), professora do curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, integrante do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (UFRGS/CNPQ), giseleregino@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9973-8045>, <http://lattes.cnpq.br/5301386307369776>.

² Mestranda em Comunicação e graduada em jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), integrante do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (UFRGS/CNPQ), centenomariaclara@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-5565-7840>, <http://lattes.cnpq.br/1243128406166783>.

Introdução

“Sustentação oral de Fux supera em número de caracteres romances de Machado de Assis e ‘Os Lusíadas’”. Essa foi a chamada utilizada pela Folha de S.Paulo, em setembro de 2025, na sua página do Instagram³, para dimensionar ao leitor o tamanho do discurso do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Luiz Fux, durante o julgamento do ex-presidente Jair Bolsonaro. Não é incomum que a imprensa adote contextualizações como essa ao se referir a um número, como usualmente faz ao usar comparações com campos de futebol para representar grandes áreas. Outro exemplo é o título de uma matéria do portal G1 publicada em março de 2025, que utiliza esse tipo de analogia: “Incêndio destrói área de vegetação equivalente a 98 campos de futebol no interior de SP”⁴.

Muitas vezes ao usar dados, no entanto, o jornalismo se limita a apresentar um número, sem acionar outros elementos de contexto que seriam fundamentais para a compreensão da notícia. Inserir um acontecimento dentro de um conjunto de referências sociais, históricas e culturais é essencial, já que o jornalismo não é uma representação direta da realidade, e um fato retratado só faz sentido se for possível inseri-lo em um âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais (Hall et al., 1993). Assim sendo, problematizamos a importância de contextualizar a informação diante desse processo de construção do conhecimento, abordando isso especificamente no Jornalismo Guiado por Dados (JGD).

Para empreender essa discussão, como objeto de pesquisa foi selecionada a série *Igualdades*, publicada no site da revista *piuí*, escolhida por ser uma seção que tem os números como principais fontes de informação. O *corpus* da pesquisa é composto por todas as publicações da seção *Igualdades* durante o ano de 2024, totalizando 15 textos. O aporte teórico-metodológico utilizado é a Análise de Discurso de linha francesa, a fim de atingir o objetivo do artigo, que é investigar a construção de sentidos sobre a contextualização na série *Igualdades*.

As dimensões conceituais da contextualização

O jornalismo é entendido como uma instituição social que opera a partir de laços com a comunidade, além de interagir diretamente com o contexto no qual está inserido, sendo uma atividade fundamental para o funcionamento de uma sociedade democrática (Kovach; Rosenstiel, 2004).

Ao propor 12 finalidades que devem ser buscadas cotidianamente pelo jornalismo para garantir sua legitimidade, Reginato (2019) entende que *informar de modo qualificado* é a finalidade central do jornalismo⁵. Afinal, ela é necessária para o cumprimento

3 Disponível em: <[Instagram](#)>. Acesso em: 16 set. 2025.

4 Disponível em: <[Incêndio destrói área de vegetação equivalente a 98 campos de futebol no interior de SP | Bauru e Marília | G1](#)>. Acesso em: 19 set. 2025.

5 As 12 finalidades do jornalismo, segundo Reginato (2019), são: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

de todas as outras funções do campo jornalístico. Informar de modo qualificado significa “fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos, garantindo o acesso de diferentes públicos a essa informação. Para ser qualificada, a informação deve ser: verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente” (Reginato, 2019, p. 224). Sendo assim, a contextualização é um dos elementos fundantes para qualificar a informação como jornalística, a diferenciando de meras produções de conteúdo.

A contextualização também está intrinsecamente relacionada a outros dois papéis do jornalismo elencados por Reginato (2019). Um deles é o de *interpretar e analisar a realidade*, o que deve ser feito a partir de uma avaliação dos fatos que aconteceram e explicando-os de maneira aprofundada. É função do jornalismo “contextualizar as informações, fazendo relações entre passado e presente, entre causas e consequências” (Reginato, 2019, p. 231). Outra finalidade do jornalismo que decorre da contextualização é a de *fazer a mediação entre os fatos e o leitor*, que abarca a necessidade de “adaptar o discurso especializado em linguagem acessível ao público e escolher a melhor forma de fundamentar a informação para que chegue ao leitor” (Reginato, 2019, p. 232).

Lückman e Fonseca (2017) afirmam que o jornalismo, enquanto uma forma de conhecimento, cumpre melhor o seu papel social quando contextualizado. No entanto, segundo as autoras, mesmo que o tópico seja abordado desde as teorias mais clássicas do jornalismo, tende a aparecer como coadjuvante em textos teóricos – o que reforça, no nosso ponto de vista, a importância de focar nesse conceito no campo jornalístico. Para as pesquisadoras, contextualizar significa:

1) fornecer um *background* o mais detalhado possível dos acontecimentos já noticiados a respeito do mesmo tema gerador da notícia, dentro dos limites de espaço ou tecnologias disponíveis; 2) oferecer ao leitor/espectador o máximo possível de informações relevantes relacionadas aos antecedentes históricos e sociais do acontecimento transformado em notícia, que o ajude a compreender esse acontecimento [...] (Lückman; Fonseca, 2017, p. 172).

Lückman (2020, p. 217) pontua que “contexto é o recorte da realidade relacionado ao acontecimento jornalístico que será representado simbolicamente como notícia”. Dessa forma, as noções de contexto e de contextualização não podem ser pensadas de maneira separada: “enquanto o contexto pode ser comparado a uma paisagem ou a um cenário, a contextualização é a estratégia de delimitação dessa imagem” (Lückman, 2020, p. 217).

Ao elaborar uma noção histórica da contextualização no jornalismo, Fink e Schudson (2014) conceituam o “jornalismo contextual”, afirmando que a prática começou a ser utilizada em 1950 nos Estados Unidos. Anderson, Downie Jr. e Schudson (2016) concordam com a proposição e acrescentam que, nas duas décadas subsequentes, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, a tentativa de resposta da pergunta “por quê” passou a integrar as demais questões do lead tradicional.

Seguindo nas reflexões sobre a contextualização, é interessante a ponderação de Hall *et al.* (1993) de que o mundo precisa ser representado com acontecimentos identificados e inseridos em um contexto social. Dessa forma, o jornalismo insere os

acontecimentos caóticos e incomuns, que se enquadram nos critérios de seleção, nos “mapas de significado” que já existem na sociedade – processo que acaba afirmando implicitamente o funcionamento de certas estruturas sociais.

Para Traquina (2002), o contexto de produção da notícia é um dos valores-notícia de seleção, no qual se relacionam aspectos a exemplo de disponibilidade, visualidade, concorrência, equilíbrio e dia noticioso. O autor também entende o processo de contextualização como um valor-notícia de construção, ao citar a chamada “consonância”, explicando que uma matéria interessa mais ao público quando o acontecimento está inserido em uma narrativa já conhecida.

Buscando apresentar as dimensões da contextualização, é fundamental a tese de Genro Filho (2012) sobre o singular, o particular e o universal. Ele afirma que o critério jornalístico para noticiar um acontecimento está ligado à sua singularidade, ou seja, ao que representa de diferente. Segundo o autor, o singular é a matéria-prima da atividade jornalística como forma de conhecimento, o que o difere do conhecimento científico, por exemplo – o qual foca no universal. Dessa forma, o conhecimento produzido pelo jornalismo é um tipo peculiar de conhecimento social, que envolve processos e produção coletivos (Meditsch, 1997).

O conteúdo da notícia, no entanto, vai estar associado a outros dois tipos de conhecimento: à universalidade, que contém todos os fenômenos, e à particularidade, um ponto intermediário. A dimensão singular no jornalismo é a estrutura por meio da qual “se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram superados”. O particular e o universal são negados em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo” (Genro Filho, 2012, p. 172). Apesar da importância do singular para a seleção das notícias, tratar apenas dessa dimensão não basta, deve-se também avançar para o particular. “É preciso contextualizar e inserir os fatos no quadro mais geral que explica as suas condições de existência” (Reginato, 2019, p. 231).

Atualmente, em um ambiente de muitas informações circulando, a contextualização por parte do jornalismo se torna ainda mais importante: é trabalho do jornalista fazer a curadoria e explicação dos fatos (Canavilhas, 2015). Como explicam Lückman e Fonseca (2017), a internet mudou a relação entre emissor e receptor, forçando o jornalismo a se reinventar continuamente. Com a facilidade de compartilhamento de informações, o jornalista deixa de ser um *gatekeeper* e passa a atuar como mediador. É preciso que os profissionais se dediquem a tornar informações disponíveis de maneira contextualizada para que isso chegue ao público e nele repercuta (Anderson; Bell; Shiry, 2013).

Os autores constataam que todo este ambiente citado anteriormente causa um aumento tanto na necessidade quanto na dificuldade de se fazer jornalismo. Isso acontece diante de um mundo com mais fontes, somado a uma necessidade de produção mais rápida (Canavilhas, 2015). Agora, além de recolher informações de fontes e transformar em notícia, o jornalista “tem de procurar a melhor fonte entre milhares, colocar essa fonte dentro da notícia e depois ter o trabalho da contextualização com outras fontes escolhidas entre os tais milhares, o que é algo diferente e interessante” (Canavilhas, 2015, p. 221).

Jornalismo Guiado por Dados

A seção *Igualdades* da revista *piauí*, analisada nesta pesquisa, pratica o que é chamado de Jornalismo Guiado por Dados (JGD) ou Jornalismo de Dados (JD)⁶. O JGD pode ser considerado uma disciplina emergente e que passou a ser relativamente estável a partir do início do século XXI (Anderson, 2018). Nessa prática, os dados podem ser tanto a fonte da notícia quanto uma ferramenta para construção da narrativa, ou ambos (Bradshaw, 2013).

Para pensar o JGD como um paradigma, é importante entender o que é “dado”. Esse conceito está diretamente relacionado aos termos “conhecimento” e “informação”. Dentre eles, o mais complexo é o conhecimento, tema central da Teoria da Complexidade de Edgar Morin. Nesse modelo, o conhecimento é entendido como multidirecional, podendo ser considerado pertinente quando está situado em um contexto (Morin, 2008) – um exemplo disso é o jornalismo, como afirma Meditsch (1997).

Pacheco (2006) diferencia os três conceitos a partir da incorporação de significados, considerando o receptor como fundamental nesse processo. Dado compreende um número, fato, evento ou objeto percebido pelo ser humano antes de ser colocado no contexto do leitor; *informação* corresponde a um dado que passa a ter um significado específico a partir da associação a um contexto; *conhecimento*, então, “é o conjunto completo de informações, dados, relações que levam as pessoas à tomada de decisão, à realização de tarefas e à criação de novas informações ou conhecimento” (Pacheco, 2006, p. 44).

Conforme Davenport e Prusak (1998), pessoas transformam dados em informação, porque, ao contrário dos dados, a informação exige análise. Já o conhecimento, para os autores, é uma informação valiosa e com difícil gerenciamento. “É valiosa precisamente porque alguém deu à informação um contexto, um significado, uma interpretação; alguém refletiu sobre o conhecimento, acrescentou a ele sua própria sabedoria, considerou suas implicações mais amplas” (p. 19).

Tendo o uso de dados como ponto fundamental, a história do JGD é diretamente influenciada por avanços tecnológicos. O primeiro passo da disciplina é o Jornalismo de Precisão (Meyer, 2002). A ideia surgiu a partir da experiência de um repórter que, em 1967, aplicou métodos científicos para investigar revoltas em Detroit. Cinco anos depois, Meyer publicou o livro *Precision Journalism*, que, a partir do relato desse caso, estabelece o Jornalismo de Precisão (JP) como a aplicação de métodos próximos da ciência ao jornalismo (Meyer, 2002).

Outro avanço tecnológico que é fundamental para o estabelecimento do JGD é o uso de computadores nas redações. O primeiro registro de uma matéria que utilize a tecnologia é de 1952 (Bounegru, 2012; Träsel, 2014). Para Träsel (2014), no entanto, tratou-se de um caso isolado, e os computadores passaram de fato a ser usados em apurações por volta de 1980. Ao longo da década seguinte, as práticas da Reportagem Assistida por Computadores (RAC) passaram a ser entendidas como um tipo de traba-

6 Träsel (2014) afirma não ter encontrado, seja em publicações científicas, sites ou fóruns online sobre o assunto, discussões aprofundadas diferenciando os termos em inglês que nomeiam o paradigma: data journalism e data-driven journalism.

lho jornalístico (Garrison, 1998). O JGD deriva, portanto, da RAC e do JP, amplificado por um ambiente de desenvolvimento da informática e pelo modelo industrial de mídia que predominou no século XX (Träsel, 2014).

As práticas do JGD se estabeleceram a partir do final dos anos 2000 na América do Norte e na Europa e se tornaram a principal estratégia de parte da imprensa para tentar recuperar a audiência que vinha diminuindo (Träsel, 2013). Além dos avanços da tecnologia e da digitalização, que auxiliaram a consolidar o paradigma, a maior adesão ao JGD passa pelas implementações de leis de transparência de dados públicos (Mielniczuk; Träsel, 2017). No Brasil, a Lei nº 12.527/2011, conhecida como Lei de Acesso à Informação⁷, faz parte deste movimento.

Träsel (2013) sugere que a assimilação do JGD no país ocorreu de forma gradual, em paralelo à evolução tecnológica. Em pesquisa mais recente, Gehrke (2022) constatou que a execução da disciplina em redações brasileiras está mais centrada nos profissionais com conhecimento técnico do que em uma identidade das redações brasileiras de modo geral.

No âmbito acadêmico, a pioneira no tema no Brasil foi Barbosa (2007), que inicialmente buscou entender as transformações na imprensa a partir da utilização de bases de dados, conceituando o Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). A ideia se refere a uma prática de jornalismo na qual estes recursos são definidores da estrutura das redações, além do tipo e forma de apresentar e distribuir o conteúdo – assumindo, portanto, a centralidade do processo. Träsel (2014) afirma, no entanto, que a autora não se refere diretamente ao que hoje se entende como JGD. “O ponto relevante é a separação entre forma e conteúdo dos produtos noticiosos nos ambientes digitais, que permite a reutilização das informações e dados, mas não necessariamente sua utilidade como objeto de análise estatística” (Träsel, 2014, p. 97).

Diante dessa constante transformação causada pela tecnologia e pelo contexto social, Bezerra (2024) propõe um novo conceito na área: o de Jornalismo de Dados Pandêmico. O pesquisador constata que a cobertura utilizando dados durante a pandemia da Covid-19 foi centrada “no seu monitoramento epidemiológico, em detrimento de outras análises sociais” (Bezerra, 2024, p. 94). Com isso, ele entende que não é possível conceituar a produção noticiosa no geral como Jornalismo Guiado por Dados, mas como algo híbrido entre o JGD e o jornalismo tradicional, amparado na profundidade dos dados trazidos pelo ecossistema de divulgação científica do período, a exemplo dos painéis de monitoramento.

Ainda que esteja em constante evolução, algumas características identificam e delimitam o JGD. Mesmo que exista tal diferenciação, “o Jornalismo Guiado por Dados é, sobretudo, jornalismo” (Gehrke, 2022, p. 65), e dessa forma, enquadra-se na relação com as finalidades exigidas do jornalismo na sociedade democrática. Träsel define conceitualmente a prática como “a aplicação da computação e dos saberes das ciências sociais na coleta, processamento, interpretação e apresentação de dados, com o

7 BRASIL. Presidência da República. Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso à informação, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm> Acesso em: 04 abr. 2025.

objetivo de ampliar a função da imprensa como defensora do interesse público” (2014, p. 119). Conforme Gehrke (2022), os conteúdos baseados em dados devem estar comprometidos com a verdade, a objetividade e a transparência.

Atualizando sua própria proposta de 2011, Bradshaw (2023) descreveu como se dá a rotina produtiva da prática a partir da “pirâmide invertida do jornalismo de dados”. Os passos são: a) concepção: conceber ideias a partir de dados; b) compilação: coletar informações de diferentes fontes; c) limpeza: corrigir erros e padronizar bases; d) contextualização: analisar criticamente origem, validade e limites; e) combinação: unir conjuntos distintos para ampliar análises. O autor ainda destaca o ato de questionar como transversal a todo o processo. Por fim, a comunicação tem seis pontos a serem considerados: a) visualização; b) narração; c) humanização; d) personalização; e) materialização; f) utilidade.

Metodologia: análise de discurso e Igualdades

Nesta pesquisa, a Análise de Discurso (AD) de linha francesa é utilizada como aporte teórico-metodológico. A AD se propõe a estudar objetos empíricos a partir da problematização da linguagem (Benetti, 2016). “O trabalho do analista de discurso é mostrar como um objeto simbólico produz sentidos, como os processos de significação trabalham um texto” (Orlandi, 2004, p. 80).

Um dos conceitos fundamentais demandados pelo método da AD é o de Formação Discursiva (FD). Diretamente relacionadas às noções de poder e de sentido, as FDs são o que pode e deve ser dito quando o sujeito ocupa uma posição-sujeito determinada, opondo-se ao que aquela posição restringe (Pêcheux, 2009). Na análise de sentidos, que é o tipo de análise empreendida nesta pesquisa, uma FD é encontrada em um conjunto de sequências discursivas (SDs) que tratam de um mesmo significado.

Assim, quando mapeamos como a revista *piauí* contextualiza os dados nas matérias da seção Igualdades, é preciso considerar que os jornalistas escrevem para um leitor imaginado (Storch, 2012), o qual precisa compreender aquelas informações. Quando uma matéria, por exemplo, trata de economia e há uma busca por explicar detalhadamente os dados e contextualizar as informações, percebe-se que o veículo não se comunica somente com pessoas que entendam aprofundadamente sobre o tema, como economistas ou pesquisadores da área – ou, pelo menos, não são esses indivíduos os leitores imaginados do veículo, apesar de poderem estar entre os leitores reais. Todo esse processo acontece por meio da interdiscursividade, já que, ao colocar algo em contexto, mobilizam-se outros discursos para tratar do tema.

O *corpus* da pesquisa é composto por todas as publicações da seção *Igualdades* durante o ano de 2024, totalizando 15 textos, que estão disponíveis no site da revista *piauí*⁸. A revista pode ser entendida a partir das noções de jornalismo de revista, que se

8 Os textos, com seus respectivos links nos títulos, são os seguintes: T1: [A intentona em números](#); T2: [O naufrágio da casa própria](#); T3: [Mercado de livros vê queda após boom da pandemia](#); T4: [O Carnaval pelo Brasil: do abadá de R\\$ 15,7 mil na Sapucaí à nova capital mineira da festa](#); T5: [Metrópoles capturadas pela violência armada](#); T6: [Agarrados à tela](#); T7: [Brasil, uma fábrica de exportar jogadores](#); T8: [Mais um ano, mais um Oscar – e nada de Brasil no tapete vermelho](#); T9: [Viagens, panfletos e poucos jornais: com o que os deputados gastam dinheiro](#); T10: [Os recordes de Phelps, as proezas soviéticas: o que dizem os números das Olimpíadas](#); T11: [Sem biblioteca nem psicólogo: a vida nas escolas brasileiras](#); T12: [Café da manhã com meme](#); T13: [Um país, 84 milhões de processos](#); T14: [Uma mulher negra, um tabu na Casa Branca](#); T15: [Como Paris será lembrada](#).

refere, dentre outras características, à abordagem de temas de longa duração (Benetti, 2013), e de *slow journalism*, que se caracteriza por não ser guiada pela necessidade de furos (Le Masurier, 2016). Além da versão impressa, exclusiva para assinantes, o conteúdo da *piauí* pode ser encontrado digitalmente. O *Igualdades* faz parte da versão online e de livre acesso. Os materiais publicados nessa editoria não seguem um assunto específico: em *Igualdades*, o que traz a unidade das matérias e faz com que elas estejam em uma parte específica do site é a forma de apuração e de apresentação do conteúdo. Como explica Bezerra (2024, p. 108), “essa seção publica matérias especiais com viés analítico e ricas em visualizações de dados”.

Lançada em 2019, a proposta da *piauí* era que uma matéria fosse divulgada por semana no *Igualdades* – frequência que foi mantida até 2023. Em 2024, no entanto, o conteúdo passou a ser publicado sem uma periodicidade constante. Entre setembro e dezembro, inclusive, nenhum conteúdo foi veiculado na editoria. Para questionar sobre a periodicidade da seção, entramos em contato com a redação da revista. Em resposta no dia 27 de fevereiro de 2025, Daniel Bergamasco, editor-executivo da publicação, afirmou que não existia uma previsão sobre atualizações na editoria: “Avaliamos que a seção já cumpriu seu ciclo e colocamos energia em outras pautas, enquanto preparamos outras maneiras de trazer o jornalismo de dados para o site” (Bergamasco, 2025)⁹.

Resultados: os sentidos sobre contextualização

Nos 15 textos analisados, encontramos 128 sequências discursivas (SDs) – trechos dos textos que se relacionam à nossa problemática de pesquisa, ou seja, constroem sentidos sobre a contextualização. A partir desses fragmentos, são mapeadas as paráfrases, ou seja, repetições de sentidos. Como resultado, a pesquisa identificou três formações discursivas (FDs), elencadas na figura 1¹⁰.

O sentido sobre contexto que mais aparece no discurso da seção *Igualdades* da revista *piauí* é o da FD1 - *contextualização como ampliação*, ou seja, como uma maneira de acrescentar algum fato ou dado à notícia. Essa ideia foi observada em 52 das 128 sequências discursivas analisadas. Nesses casos, existe um movimento de mobilizar outros discursos para que o leitor tenha uma maior compreensão do que está sendo abordado.

A *piauí* tem um processo interno de checagem de fatos que basicamente constitui a apuração, incluindo contato com fontes para confirmar informações e buscas em bancos para conferir dados utilizados pelo repórter, conforme o Manual de Redação da revista¹¹. Marcella Ramos, coordenadora de checagem da revista afirmou que, no momento do *fact-checking*, os profissionais que trabalham com isso acabam, em muitos casos, sugerindo acréscimos: “você consegue pensar em contextualizações

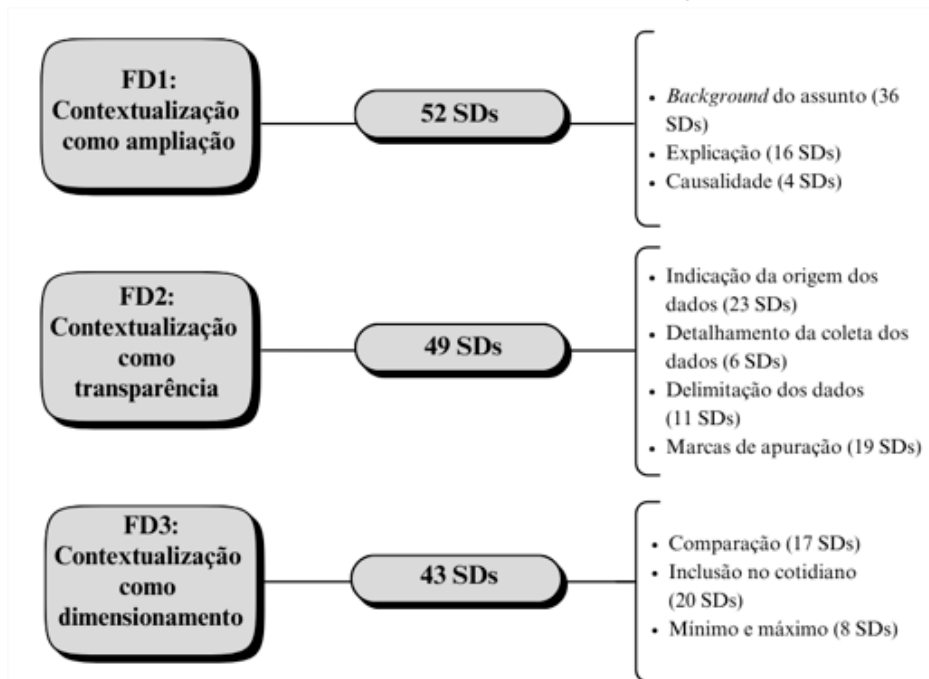
9 Apesar de a informação sobre o término da seção ter ocorrido após o início desta pesquisa, a decisão foi de manter o estudo já que os achados sobre a forma como *Igualdades* utilizou os dados podem servir de subsídio para a reflexão teórica e prática do JGD e do jornalismo de modo geral.

10 É importante destacar que 16 SDs (12,5%) integram duas FDs. Essa constatação é esperada já que, a partir da noção de interdiscursividade, entende-se que os discursos interagem entre si remetendo a um outro e, portanto, a presença de um sentido não exclui, necessariamente, a de outro.

11 Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/wp-content/uploads/2022/04/manual_2022B_0804_2.pdf>. Acesso em 6 jun. 2025.

que não estavam no texto” (informação verbal)¹². A explicação da jornalista foi referente aos conteúdos da revista no geral, mas se relaciona diretamente com a primeira formação discursiva, já que há uma adição de contextos para além do fato em si. Isso pode acontecer por causa do repórter, do editor ou, até mesmo, no processo de checagem.

Figura 1 - FDs sobre contextualização



Fonte: elaboração própria.

A ampliação se dá de diferentes formas e, em alguns casos, utilizando mais de uma. Para ilustrar o funcionamento discursivo da FD1, criamos três categorias: a) *background* do assunto: contextualiza-se apresentando o pano de fundo do tema; b) explicação: contextualiza-se por meio de uma explicação de algo que foi citado, como uma fonte ou termo; c) causalidade: contextualiza-se explicitando relações de causa e consequência de um acontecimento ou dado.

A maneira mais frequente para ampliar o acontecimento transformado em notícia é trazendo um *background* do assunto – o que é observado em 36 SDs. Essa reiteração predominante era esperada, já que esse sentido representa a noção mais geral de contexto, muitas vezes atrelada à definição popular do termo em si. Esse pano de fundo pode se manifestar no texto por meio de elementos como: relações históricas, como uma “linha do tempo” dos acontecimentos (como na SD53); relações com acontecimentos em alta que dialoguem com o que está sendo tratado, algo que, muitas vezes, aparece como introdução ou “gancho” factual para os dados que serão apresentados (como na SD117); ou até por meio de hiperlink, direcionando para um conteúdo que possa auxiliar na construção do conhecimento sobre o tema (como na SD32).

¹² Informação obtida no evento Piauí na Universidade, proferida por Marcella Ramos, repórter e coordenadora de checagem da piauí, em 19 de maio de 2025, no Teatro Unisinos, em Porto Alegre.

Idealizada por Louis B. Mayer, presidente do estúdio MGM, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, responsável pela organização do Oscar, foi fundada em 1927. Dois anos depois, em 1929, ela realizou sua primeira premiação – na prática, um jantar para 270 pessoas, ainda sem a pompa e a relevância que viria a adquirir com o tempo. Quase cem anos depois, o cenário é outro. Transmitido ao vivo pela tevê, o Oscar foi assistido em 2023 por 20 milhões de pessoas – e isso só nos Estados Unidos. (SD53, T8)

“Festinha da delegação olímpica brasileira na segunda-feira. Meninos levam salgado e meninas levam medalha.” Esse foi **um dos muitos memes** sobre o destaque feminino da delegação brasileira na Olimpíada de Paris, que se encerrou ontem, no dia 11 de agosto. (SD117, T15)

Recentemente, a piauí publicou **um artigo explicando como os smartphones sequestram nossas horas e apontando alguns caminhos para fugir dessa armadilha.** (SD32, T6)

Outro modo que a FD de contextualização como ampliação aparece como explicação de elementos que constituem a narrativa – recurso presente em 16 SDs. Isso pode acontecer por meio do detalhamento de instituições importantes para algum assunto, personalidades que são citadas ao longo do texto, fontes que precisam ser explicadas e termos que poderiam causar alguma confusão entre os leitores. O uso de orações subordinadas explicativas entre vírgulas ou entre parênteses é uma marca dessa categoria.

“Divulgação de atividade parlamentar” é uma rubrica que inclui gastos com panfletos e anúncios de todo tipo, físicos ou digitais. O PL, **principal partido da oposição**, foi o que mais gastou nessa categoria em valores absolutos. (SD64, T9)

Na liderança do quadro de medalhas estão os Estados Unidos, que subiram ao pódio 2.655 vezes. A União Soviética, **que deixou de existir há mais de trinta anos**, continua na segunda posição, com 1.010 medalhas. O Brasil tem 150. (SD71, T10)

Com menor frequência (em quatro SDs), outra maneira em que a contextualização como ampliação aparece é por meio da **causalidade**, ou seja, na apresentação de relações de causa e consequência. Nesse caso, a *piauí* esclarece diretamente o porquê de algum dado apresentado. O uso do verbo “explicar” antes de apresentar uma relação de causalidade é uma marca presente nessas ocorrências.

O faturamento das editoras com a venda de livros científicos, técnicos e profissionais está diminuindo paulatinamente desde 2012. **Alguns fatores que explicam esse encolhimento são pirataria, redução no número de estudantes da rede privada de ensino superior e a utilização de outras fontes de conteúdo, como YouTube.** (SD16, T3)

De modo geral, a formação discursiva da contextualização como ampliação está diretamente relacionada às abordagens teóricas trabalhadas anteriormente. Lückman e Fonseca (2017), ao definirem a contextualização no jornalismo, explicam que essa prática pode ocorrer por meio do fornecimento de um pano de fundo detalhado sobre os acontecimentos noticiados, bem como da apresentação do maior número possível de informações relevantes que se conectem aos antecedentes do fato.

Diante do que foi apresentado, destacamos a importância de buscar ampliar o que é noticiado visando à qualificação da informação. Um dado mal explicado pode causar o que Wardle e Derakhshan (2017) chamam de *mis-information*, ou seja, uma “informação que é falsa, mas não foi criada com a intenção de causar danos” (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 20, tradução nossa)¹³. Na sequência discursiva abaixo, fica nítido que existe uma preocupação por parte dos jornalistas em evitar que os leitores criem falsas relações:

A indiana Indira Gandhi serviu por três mandatos consecutivos (1966-77) e um quarto mandato em 1980 até ser assassinada em 1984. **A pesar do mesmo sobrenome, ela não tem parentesco com Mahatma Gandhi.** (SD106, T14)

Assim, tratando-se do sentido sobre contextualização mais frequente no *Igualdades*, a ampliação aparece como algo fundamental para o jornalismo em qualquer veículo ou formato, especialmente no contexto de desordem informativa atual. Mais do que algo importante para o JGD, essa preocupação aparece como basal para que a atividade profissional vá além de apenas trazer uma informação, mas informe de modo qualificado – proposto por Reginato (2019) como a finalidade central do jornalismo.

Como segunda formação discursiva mais frequente, presente em 49 sequências discursivas, aparece a FD 2 – *contextualização como transparência*, na qual a noção de contexto está atrelada aos métodos de apuração. Isso pode abranger tanto o levantamento de dados em si quanto outros elementos da prática jornalística, como entrevistas com fontes ou a organização hierárquica das informações. Essa FD é reiterada por meio de quatro categorias: a) indicação da origem dos dados; b) detalhamento da coleta de dados, c) delimitação dos dados; d) marcas de apuração.

Entendendo que a transparência é um dos pilares do Jornalismo Guiado por Dados, Gehrke (2022) apresenta o contexto como parte de uma proposta metodológica com ênfase na transparência: “É preciso registrar, portanto, aspectos sobre a origem, a captação, o recorte e as limitações dos números” (p. 159). Ao relacionar isso com os resultados obtidos na pesquisa, percebemos que as noções de contexto e de transparência acabam, muitas vezes, misturando-se. A maneira com que essa contextualização como transparência se manifesta de forma mais recorrente no *Igualdades* é por meio da indicação da origem da informação, o que foi constatado em 23 SDs. Na maioria dos casos, isso implica apenas a identificação da fonte utilizada, como nos trechos a seguir.

¹³ Original: “Information that is false, but not created with the intention of causing harm”.

Entre 2017 e 2022, houve um aumento de 38%, chegando ao pico de 58,6 milhões livros vendidos, **segundo a Nielsen BookScan**. (SD14, T3)

Os dados abertos da Câmara mostram que parlamentares do PV, por exemplo, gastam o triplo que os parlamentares do Novo, em média. (SD57, T9)

A identificação das fontes é um elemento fundamental e característico do discurso jornalístico, além de representar uma questão ética da profissão. Trata-se de uma forma básica de transparência em qualquer formato do jornalismo. Do ponto de vista da qualificação da informação, no entanto, é enriquecedor ir além da indicação da procedência e fornecer informações adicionais sobre a origem dos dados. Isso é feito no *Igualdades* com adição de informações no texto sobre o levantamento em si ou sobre a fonte e por hiperlinks, que permitem ao leitor acessar diretamente os bancos de dados.

Em 2022, a Zona Oeste do Rio teve 561 tiroteios registrados. Em 2023, foram 860. Ainda **segundo dados do Fogo Cruzado**, em 2023, a região concentrou um aumento de 53% nos casos de disparos de arma de fogo em relação a 2022. **Segundo o Mapa Histórico dos Grupos Armados no Rio de Janeiro, realizado pelo Instituto Fogo Cruzado em parceria com o Grupo de Estudos dos Novos Ilegalismos da Universidade Federal Fluminense (Geni)**, a Zona Oeste é a região mais afetada pelas milícias. (SD29, T5)

Fonte: [Justiça em Números](#) – CNJ. (SD99, T13)

Em um grau ainda maior de especificação, seis sequências discursivas trazem um detalhamento da coleta de dados. Esse tipo de contextualização representa um nível ampliado de transparência ao fornecer algum contexto de produção dos dados. A SD28, por exemplo, tem uma explicação sobre como o Instituto Fogo Cruzado chegou aos números citados. Já a SD51, mesmo sem citar a fonte diretamente, deixa claro que os dados utilizados tratam-se de estatísticas gerais de premiações, coletados pelos jornalistas da *piauí* para a matéria publicada na seção *Igualdades*. Terceiro trecho elencado abaixo, a SD91, além de trazer a fonte, explicita qual foi a pergunta feita pelo instituto de pesquisa para que se obtivesse o dado apresentado.

Entre 2022 e 2023, houve um aumento de 55% de tiroteios motivados por disputa na região metropolitana do Rio de Janeiro, de 112 para 174 casos. Na região metropolitana de Salvador o aumento foi de 58%, de 104 para 165 registros. **Os dados do Instituto Fogo Cruzado combinam informações recebidas por usuários através do aplicativo da organização ou de redes sociais, pela imprensa e por órgãos de segurança**. (SD28, T5)

O =igualdades faz um balanço das premiações e conta algumas curiosidades sobre o Oscar. (SD51, T8)

A pesquisa apresentou aos usuários uma lista com trezentos nomes de influenciadores e criadores de conteúdo, distribuídos em dez categorias diferentes. Em seguida, os participantes tinham de responder: de quais desses você mais gosta? Além de Ana Maria Braga, a única personalidade da tevê aberta a aparecer na lista de escolhidos foi Rodrigo Hilbert, galã da culinária. (SD91, T12)

A contextualização e a transparência também interagem diretamente quando *Igualdades* indica alguma delimitação dos dados – presente em 11 SDs analisadas. Isso não deve ser entendido, necessariamente, como uma noção negativa, podendo se referir, por exemplo, à data de início da coleta dos dados. Demarcar essa limitação dos dados é relevante para que o leitor compreenda que, mesmo quando se trata de um número expressivo ou recorde, isso não é referente a todos os tempos, mas sim que tem um contexto desde um ponto específico, quando o dado passou a ser computado. Outro tipo de limite é trazer o número de pessoas que foram entrevistadas em um levantamento, o que ajuda a dimensionar a precisão do que está sendo afirmado.

A maioria dos brasileiros (65%) vive em domicílios próprios e já pagos. **Mas esse percentual vem caindo desde o início da série histórica do IBGE, em 2016.** Naquele ano, 17% dos brasileiros moravam de aluguel. (SD6, T2)

Entre os campeões de litígios estão também o estado do Rio Grande do Sul, a Advocacia-Geral da União (AGU), o banco BMG e a Oi, que atravessa um processo de recuperação judicial. **(O levantamento considera apenas os processos que correm em primeiro grau, pois em outras instâncias é comum que haja inversão das partes, transformando em passivo o polo ativo.)** (SD96, T13)

Falar sobre o processo de apuração em si também é uma maneira por meio da qual a formação discursiva de transparência é reiterada nas matérias analisadas, em 19 SDs. A partir dessas marcas de apuração, *Igualdades* detalha passos como entrevistas e levantamentos feitos pela equipe de reportagem, tratando do processo de transformação do acontecimento em pauta.

Na maioria dos casos, esse tipo de abordagem está presente no primeiro parágrafo do texto, funcionando como uma introdução. Para reforçar essas marcas de apuração, é comum que existam autorreferências, mencionando a construção da pauta que será detalhada nos parágrafos seguintes. Dos 15 textos analisados, apenas dois (T12 e T14) não contêm as palavras “=igualdades” ou “piauí” no primeiro parágrafo. No entanto, isso não significa que todas as referências à apuração estejam restritas a esse trecho do texto.

O =igualdades mostra como a Justiça reagiu, até aqui, ao 8 de janeiro. (SD3, T1)

O brasileiro passa, em média, 3 horas e 37 minutos por dia nas redes – o quádruplo dos japoneses, por exemplo. O tempo que gastamos no

WhatsApp é tão grande que consome um dia do nosso mês, em média.
O =igualdades detalhou esses números. (SD36, T6)

O =igualdades faz um balanço das premiações e conta algumas curiosidades sobre o Oscar. (SD51, T8)

À piauí, ele justificou o valor afirmando que, como está entre os brasileiros que participam do Parlamento do Mercosul, tem gastos elevados com viagens para o exterior. (SD62, T9)

Ao optar por citar fontes e, principalmente, detalhar os métodos de apuração e fazer autorreferências, a *piauí* busca construir credibilidade junto ao seu público leitor. “O jornalismo constitui-se como uma fonte credível dando provas de que está comprometido com a verdade dos fatos, de que é íntegro nas suas razões e conduta” (Lisboa; Benetti, 2017, p. 56). Dessa forma, as marcas identificadas nas sequências discursivas da FD indicam essa estratégia de demonstrar a transparência, sendo uma forma de ampliar a credibilidade percebida, ou seja, a atribuição de credibilidade que o interlocutor concede a uma fonte de informação, sendo o resultado do julgamento ou aferição que ele realiza com base na percepção da qualidade do testemunho e em certos indicadores (Lisboa, 2012).

Portanto, ao enunciar o sentido de que contextualização também significa transparência, a *piauí* reforça o papel da adição de contexto na qualificação da informação. No entanto, destaca-se que essa qualificação é de fato efetivada quando o contexto adicionado é mais do que uma simples indicação da origem dos dados. Os outros itens (como os dados foram captados, delimitação dos dados e marcas de apuração) mobilizam mais conhecimentos e fornecem ao leitor um maior aprofundamento sobre o processo de produção tanto dos dados quanto da matéria em si e, por isso, são mais produtivos na construção de conhecimento, já que, como explicam Davenport e Prusak (1998), ao fornecer o contexto à informação é que passamos a conseguir nomeá-la como conhecimento.

Por fim, a *FD3 - contextualização como dimensionamento* foi a que apareceu em menor número, com 43 ocorrências, e se refere à adição de contextos buscando explicar para o leitor o que um dado representa quantitativamente. Um número – assim como qualquer outro dado – adquire significado ao estar contextualizado: pouco significa dizer que o Brasil tem 2.972 livrarias, mas, ao explicar que isso corresponde a um estabelecimento a cada 68 mil habitantes, temos uma maior noção do que está sendo explicado, como observado na SD a seguir.

No ano passado, o Brasil registrou 2.972 livrarias, segundo o Anuário Nacional de Livrarias – **uma a cada 68 mil habitantes.** (SD19, T3)

Esse dimensionamento acontece de diferentes formas, e, em alguns casos, utilizando mais de uma. Para elucidar a reiteração desse sentido, foram criadas três categorias: a) comparação: contextualizar significa comparar, para que se entenda o dado apresentado; b) inclusão no cotidiano: contextualizar dados equiparando-os com al-

gum outro dado ou tema do cotidiano dos leitores; c) noções de mínimo e máximo: contextualizar um dado deixando claro quais os maiores ou menores índices sobre aquele assunto.

A utilização de comparação como forma de dimensionamento está presente em 17 SDs. Em diversas ocorrências, *Igualdades* compara informações sobre locais diferentes como maneira de dimensionar aquele que é central para a análise – sendo comum, inclusive, somar várias cidades ou países para comparar com a cidade ou país que lidera um ranking (como na SD24). Normalmente, isso acontece equiparando o Brasil a outro país, como é possível ver na SD34, para trazer uma noção do que aquilo significa diante do cenário mundial.

Um dos destinos tradicionais da folia, Olinda espera a participação de 1.500 blocos oficiais desfilando pelas suas ruas. **O número equiparase à soma dos blocos das cidades de São Paulo, Belo Horizonte e Salvador.** (SD24, T4)

O brasileiro passa, em média, 3 horas e 37 minutos por dia nas redes – **o quádruplo dos japoneses, por exemplo.** (SD34, T6)

Além disso, ainda na categoria comparação, destacamos quando a *piauí* apresenta um dado e, em seguida, a tendência central. Essas comparações funcionam como uma maneira de dimensionar a distância entre o dado apresentado e o que acontece em média.

Palmas é a capital brasileira com a maior proporção de habitantes morando de aluguel. Em 2022, eram 40% das pessoas, segundo o IBGE. **Isso equivale ao dobro da média brasileira.** (SD12, T2)

Quando olhamos os gastos proporcionais, no entanto, o líder do ranking é o Solidariedade. Os deputados do partido gastaram, em média, R\$ 217 mil da cota parlamentar para divulgar seus mandatos. **A média do restante da Câmara foi de R\$ 172 mil.** (SD67, T9)

O *Igualdades* também utiliza o recurso de indicar o máximo e o mínimo – os extremos de algo – para apresentar o contexto em que um dado trazido na matéria se insere. É a categoria menos frequente da FD3, aparecendo em oito SDs. Além de indicar qual o valor recorde para o dado que está sendo trazido, é comum que o texto contenha equivalências.

Em 2023, os gastos parlamentares de Pompeo de Mattos (PDT-RS) ficaram bem acima da média. **O deputado usou 632 mil reais de cota parlamentar, valor superior à soma dos 28 deputados que menos gastaram.** (SD60, T9)

O Brasil ocupa a 28ª posição no ranking geral de medalhas olímpicas. **Tem o equivalente a 5,6% das medalhas dos Estados Unidos, que encabeçam a lista com folga desde a extinção da União Soviética.** (SD72, T10)

Outro modo pelo qual se busca contextualizar os dados apresentados é por meio da inclusão no cotidiano, ou seja, uma associação com temas mais familiares ao público. Trata-se da busca por tornar as informações mais concretas e compreensíveis para a audiência, aproximando os dados da realidade diária dos leitores. Esse tipo de dimensionamento aparece em 20 SDs.

Para aproveitar os cinco dias de festividade no Nosso Camarote, um dos mais disputados da Marquês de Sapucaí, o local dos desfiles do Rio de Janeiro, **o folião desembolsa aproximadamente dez salários mínimos**. Em 2024, o terceiro lote do pacote masculino para o evento no espaço fechado atinge o valor de R\$ 15.705, onze vezes o salário mínimo brasileiro, de R\$ 1.412. (SD23, T4)

No Carnaval de 2023, Salvador recebeu 1 milhão de turistas, **o equivalente à população total de Maceió, estimada em 958 mil habitantes**. (SD25, T4)

As mais de 3 horas que o brasileiro gasta diariamente nas redes sociais poderiam ser redistribuídas em outras atividades, como exercícios físicos ou a leitura de um livro. O tempo que o brasileiro dedica às redes sociais, somado em três dias, **equivale ao tempo que seria necessário para ler as 368 páginas de Memórias Póstumas de Brás Cubas**. (SD38, T6)

Se Rebeca se tornou a estrela dessa olimpíada para o Brasil, Leon Marchand foi o destaque do país sede. **Se o nadador fosse um país, terminaria a olimpíada em vigésimo lugar**. (SD119, T15)

Entendemos que a FD3 apresenta uma maneira de contextualização específica para quando o jornalismo trabalha com dados numéricos. Mesmo que seja possível dimensionar outros formatos de informações, tal prática é extremamente necessária quando se utiliza números em um texto jornalístico.

Já que um número em si não transmite uma informação direta, mas é nutrido de interpretações tanto por quem coleta e analisa, quanto pelo leitor de uma notícia (Bulla, 2015), essa contextualização também é importante para evitar que um dado seja mal interpretado. Assim, do mesmo modo que a FD1, o sentido da FD3 também se coloca como fundamental diante da desordem informacional, especialmente no combate a ocorrências de *mis-information* (Wardle; Derakhshan, 2017). A diferença, quando se trata da contextualização como dimensionamento, é que ela adquire maior relevância ao falarmos de números, enquanto a contextualização como ampliação se coloca como um ponto necessário em qualquer tipo ou formato de jornalismo.

Considerações finais

Os resultados obtidos reiteram a necessidade da contextualização na construção do conhecimento: um dado corresponde a algo percebido antes de ser colocado em contexto, uma informação é um dado dotado dessa associação de contexto (Pa-

checo, 2006), e o conhecimento em si corresponde a uma teia multidirecional (Morin, 2008). Tendo o jornalismo como uma forma e fonte de conhecimento a respeito da realidade (Meditich, 1997), a contextualização, portanto, aparece como fundamental para o exercício da atividade, estando intrinsecamente relacionada à definição de jornalismo em si. A contextualização é elemento fundamental para a qualificação da informação, ao trazer maior complexidade para a pauta jornalística.

Além disso, a adição de contexto é um dos pontos que caracteriza o jornalismo de qualidade, já que, conforme Genro Filho (2012), é preciso avançar do singular para o particular – o que acontece justamente por meio da contextualização. Também destacamos que, com a grande quantidade de informação e de desinformação circulando, esse papel de contextualização por parte do jornalismo adquire uma importância ainda maior.

Dentre as formações discursivas elencadas na pesquisa, há uma diferença entre contextualização de dados numéricos e a contextualização de outros formatos que se tornam informação. Os sentidos enunciados na *FD1 – contextualização como ampliação* e na *FD2 – contextualização como transparência* se destacam pela importância necessária a qualquer formato de jornalismo. Mesmo que as matérias analisadas sejam de uma série que se dedica a tratar de informações a partir de números, a contextualização que é construída nesses dois sentidos nem sempre é referente aos dados numéricos. Assim, todas as categorias da *FD1* e da *FD2* podem se referir a dados numéricos, mas também podem ser acionadas em pautas que não sejam centradas nesse recurso.

Já a *FD3 – contextualização como dimensionamento* traz uma maneira de adicionar contexto mais específica para o JGD. Nesse caso, contextualizar significa mostrar o que um número significa diante de um todo e o que ele representa naquele contexto específico. Dessa forma, observamos que, ao enunciar essa *FD*, *Igualdades* atua tanto contextualizando dados numéricos quanto usando números para gerar contexto.

Assim sendo, a contextualização, ao tratar de números, pode ser diferente de outras fontes de informação, mas não é sempre que essa diferenciação acontece. Pelo contrário, os formatos específicos do JGD são menos frequentes. Como afirma Gehrke (2022), o Jornalismo Guiado por Dados é, acima de tudo, jornalismo. Então, reiteramos a importância da contextualização como qualificadora da informação jornalística e como uma estratégia discursiva capaz de influenciar diretamente na credibilidade que os leitores atribuem aos veículos jornalísticos e ao jornalismo de modo geral.

Referências

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. Pró-reitoria de Graduação. Sistema Integrado de Bibliotecas. **Orientações para elaboração de artigo científico:** conforme NBR 6022:2018 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). 4 ed. reform. e atual. Belo Horizonte: PUC Minas, 2022. Disponível em: www.pucminas.br/biblioteca. Acesso em: 22 mai. 2023.

ANDERSON, Christopher; DOWNIE JR., Leonard; SCHUDSON, Michael. **The News media:** what everyone needs to know. New York: Oxford University Press, 2016.

ANDERSON, Christopher; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Adaptação aos novos tempos. **Observatório da Imprensa**, n. 743, 25 abr. 2013. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em: 04 mar. 2024.

ANDERSON, Christopher. **Apostles of Certainty: Data Journalism and the Politics of Doubt**. New York: Oxford University Press, 2018.

BENETTI, Marcia. Análise de Discurso como método de pesquisa em Comunicação. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). **Pesquisa e Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 44-57.

BERGAMASCO, Daniel. **Dúvida sobre Igualdades**. Mensagem recebida por: <centenomariaclara@gmail.com> em 27 fev. 2025.

BEZERRA, André Gonçalves da Silva. **Dos painéis ao jornalismo de dados pandêmico: análise de conteúdo sobre a cobertura jornalística de dados da Covid-19 no Brasil**. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2024.

BOUNEGRU, Liliana. Data Journalism in Perspective. In: GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy; BOUNEGRU, Liliana (org.). **The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news**. 2012. E-book.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2007. Tese (Doutorado). UFBA, Salvador, 2007.

BRADSHAW, Paul. O que é jornalismo de dados?. In: GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy; BOUNEGRU, Liliana (orgs.). **Manual de jornalismo de dados: como os jornalistas podem usar dados para melhorar suas reportagens**. São Paulo: Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji)/ European Journalism Centre (EJC), 2013.

BRADSHAW, Paul. I've updated the Inverted Pyramid of Data Journalism — and brought together resources for every stage. **Online Journalism Blog**, 2023. Disponível em: <<https://onlinejournalismblog.com/2024/01/04/ive-updated-the-inverted-pyramid-of-data-journalism-and-brought-together-resources-for-every-stage/>> . Acesso em: 28 mar. 2025.

BULLA, Olívia. **A evidência dos números no discurso jornalístico através das relações de comunicação e trabalho**. Dissertação (Mestrado). São Paulo: USP, 2015.

CANAVILHAS, João. Provedores de internet e empresas de tecnologia, que também lucram com a notícia, deveriam ajudar a financiá-la. Entrevista concedida a Patrícia Specht. **Revista Famecos**. v. 22, n. 3. Porto Alegre: PUC-RS, 2015. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2015.3.21331>

DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. Disponível em: <<https://ppgic.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/07/davenport-t-h-2002.pdf>> Acesso em 21 set. 2025;

FINK, Katherine; SCHUDSON, Michael. The rise of contextual journalism, 1950s-2000s. **Journalism**, v.5, n.1, p.3-20, 2014. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884913479015>>. Acesso em: 10 mar. 2025.

GARRISON, Bruce. **Computer-assisted Reporting**. New York: Routledge, 1998.

GEHRKE, Marília. **Os elementos de transparência no jornalismo guiado por dados**. Florianópolis: Insular, 2022.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis. Editora Insular, 2012.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LE MASURIER, Megan. Slow Journalism: An introduction to a new research paradigm. **Digital Journalism**, v. 4, n.4, p. 405–413, fev. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1139904>>. Acesso em: 13 abr. 2025.

LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), UFRGS, Porto Alegre, 2012.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n1p51>

LÜCKMAN, Ana Paula; FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. Contexto e contextualização no Jornalismo: uma proposta conceitual. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 162–175, jul./dez. 2017. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n2p162>

LÜCKMAN, Ana Paula. **Jornalismo, conhecimento e contexto**: pensamento complexo para uma atividade em transformação. Florianópolis: Insular, 2020.

MEYER, Philip. **Precision journalism**. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

MIELNICZUK, Luciana; TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados como inovação profissional e seus desafios para a Educação. **Contemporânea**: comunicação e cultura. Salvador. v. 15, n. 2, p. 609-629, maio/ago. 2017.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1997.

ORLANDI, Eni. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 4. ed. Campinas: Pontes, 2004.

PACHECO, Roberto. **Engenharia do Conhecimento e Inteligência Artificial**. Florianópolis: UFSC. 2006. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/slideshow/engenharia-do-conhecimento-e-inteligencia-artificial-aula-13/24953#5>>. Acesso em: 05 abr. 2025.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 4.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2019.

STORCH, Laura. **O leitor imaginado no jornalismo de revista**: uma proposta metodológica. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2012.

TRÄSEL, Marcelo. O jornalismo guiado por dados numa perspectiva brasileira. In: **Manual de jornalismo de dados**: como os jornalistas podem usar dados para melhorar suas reportagens. São Paulo: Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji)/ European Journalism Centre (EJC), 2013.

TRÄSEL, Marcelo. **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). Porto Alegre: PUC-RS, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-a-ninterdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>> Acesso em 21 set. 2025.

Recebido em: 02 out. 2025
Aprovado em: 30 dez. 2025