



Bases de dados jornalísticas e perspectivas de agendamento na web regional

Suzana Barbosa¹
Sonia Aguiar²

Resumo: Neste texto, exploramos a temática das bases de dados jornalísticas e as funcionalidades a elas associadas como um elemento que favorece a estruturação de conteúdos, bem como a sua documentação para facilitar o acesso a fontes de informação na web regional. Esta expressão é aqui utilizada para contextualizar sites e portais cuja inserção geopolítica e geocultural influi na sua organização de conteúdos e nas perspectivas de agendamento da mídia. O recorte espacial escolhido para a investigação empírica deste artigo foram as regiões Norte e Nordeste do Brasil. Selecionamos quatro casos para observação e análise, buscando mapear os usos, identificar as lacunas e apontar possibilidades de melhor implementação para a produção, apresentação e circulação dos conteúdos, tendo como parâmetro estudos recentes sobre processos de *agenda building*.

Palavras-chave: bases de dados jornalísticas; jornalismo digital; *agenda building*; agendamento das fontes; web regional.

1. Introdução

Nosso esforço neste artigo é, de modo preliminar, explorar a temática das bases de dados jornalísticas e algumas das funcionalidades a elas associadas como um elemento que favorece a estruturação de conteúdos, bem como a sua documentação para a constituição de fontes informativas na denominada web regional. Web regional é uma expressão utilizada no âmbito do mercado de serviços de internet para designar provimento de acesso, serviços e conteúdos delimitados por determinada área de cobertura. Conceitualmente, remete a recortes espaciais referenciados por identidades geopolíticas, geoeconômicas e/ou geoculturais que se organizam em escalas – de uma subregião municipal

¹ Dra. em Comunicação, professora de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense (suzana.barbosa@gmail.com). Coordenadora do Centro de Estudos de Cibercultura e Comunicação em Meios Digitais, da UFF. Pesquisadora associada do GJOL/UFBA e LAPJor (UFSC).

² Dra. em Comunicação, professora de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (saguiar.ufs@uol.com.br). Pesquisadora do Laboratório de Estudos de Jornalismo (Lejor), da UFS, e do Centro de Estudos de Cibercultura e Comunicação em Meios Digitais, da UFF.

(Zona Oeste, por exemplo) a regiões continentais (como a África e a América Latina), passando por espacialidades intermediárias, como regiões intermunicipais (Norte Fluminense) e articulações geoeconômicas (Mercosul), entre outras. Neste artigo, a expressão é utilizada para contextualizar sites e portais cuja inserção geopolítica e geocultural influi na sua organização de conteúdos e nas perspectivas de agendamento da mídia. O recorte espacial escolhido para a investigação empírica foram as regiões Norte e Nordeste do Brasil, focos de interesse de outros estudos já realizados (separadamente) pelas autoras.

Para este estudo exploratório, selecionamos três tipos de funcionalidades em sites de organizações públicas dessas regiões: os bancos de fontes da Universidade Federal do Piauí (<http://www.ufpi.br/coordcom.php>) e da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (<http://www.uern.br/administracao/guiadefontes.asp>); o banco de imagens do Amazonia.org (<http://www.amazonia.org.br/media/>), criado e mantido pela organização internacional Amigos da Terra; e o webclipping produzido pelo Observatório do Semi-Árido (<http://www.observatoriodosemiarido.org.br/>), uma iniciativa da ONG baiana Movimento de Organização Comunitária (MOC), em parceria com professores da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS).

A escolha exclusiva de sites com fins públicos e não-lucrativos relaciona-se à tendência observada nos estudos sobre *agenda building* de afinidades entre fontes dessa natureza e os valores-notícia que orientam os mecanismos de filtragem de informações pelos jornalistas. A observação e análise dos aplicativos sob esse ponto de vista visam criar bases teóricas e metodológicas para futuros estudos sobre agendamento da mídia no Brasil, considerando-se que a literatura atualmente existente sobre o tema é majoritariamente produzida em contexto estadunidense. Considera-se, ainda sob esse aspecto, que a estruturação de informações em base de dados para acesso público em interface web pode gerar novas perspectivas para o agendamento da mídia, em termos de temáticas e de ampliação do repertório de fontes.

2. O paradigma das bases de dados no Jornalismo

Estudos associando bases de dados (BDs) ao jornalismo remontam à década de 1970, quando se localizam suas primeiras utilizações como ferramentas para análise jornalística de arquivos oficiais. É também dessa época a primeira base de dados implementada em um jornal para organização e recuperação de seus conteúdos - o *The New York Times Information Bank*. O desenvolvimento e o emprego contínuo das bases de dados prosseguiram a partir daí, tornando-as uma solução amplamente utilizada no processo de produção jornalística, para coletar, selecionar, analisar, bem como para o armazenamento, a difusão e a recuperação das informações. Estudiosos dos processos jornalísticos como Anthony Smith (1980) e Tom Koch (1991) logo perceberam o potencial de uso dessa ferramenta, sendo que Koch anteviu mesmo que as bases de dados eletrônicas dariam origem a um novo tipo de jornalismo.

Em seu percurso histórico, a adoção dessa tecnologia da informação no jornalismo tem sido sempre associada a inovações e contribuído para a melhoria da qualidade da produção noticiosa, bem como dos processos para a sua disseminação e circulação. Às BDs também é atribuído o papel de protagonistas do que se conhece como Reportagem Assistida por Computador ou *Computer Assisted Reporting (CAR)*, surgida na virada dos anos 1980 para os 90, e definida por Bruce Garrison (1998, p.11) como a aplicação de computadores para obter informação para a apresentação das notícias. Elas alcançaram destaque ainda maior com o surgimento da Web, já na primeira metade da década de 1990, e, a partir dos primeiros anos do século XXI, passaram da função meramente auxiliar para uma condição de centralidade no trabalho jornalístico. Desde então, estudos de diversos pesquisadores (FIDALGO, 2003, 2004, 2007; LÓPEZ, GAGO, PEREIRA, 2003; LÓPEZ, 2006; MACHADO, 2006, GORDON, 2007) vêm embasando a proposição das bases de dados como um paradigma no jornalismo (BARBOSA, 2007, 2008a, 2008b), principalmente pela especificidade que confere à modalidade do jornalismo digital ou ciberjornalismo³.

³ Optou-se, aqui, pelo emprego dessas terminologias por serem mais abrangentes, sobretudo no aspecto da distribuição multiplataforma. Há, contudo, outras expressões usadas para designar o jornalismo praticado na internet, como webjornalismo e jornalismo eletrônico.

O protagonismo exercido pelas bases de dados no jornalismo assume, atualmente, contornos mais destacados por conta da flexibilidade e do potencial de reinvenção dessa tecnologia para suportar variadas e interessantes aplicações. Para o jornalismo digital, as BDs têm papel estruturante da atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção. Essa aplicação é observada tanto em empresas informativas ou organizações noticiosas do *mainstream*, como também na esfera da comunicação corporativa, das assessorias de comunicação e, sobretudo, para entidades do “terceiro setor”, movimentos sociais, ONGs, entre outras.

3. Bases de dados como fontes de informação e apuração

Inúmeros estudos de caso vêm constatando a diversificação de fontes de informação propiciada pelo ciberespaço, sobretudo as de tipo independente, que ampliam os seus canais de expressão em paralelo à existência das fontes oficiais ou oficiosas. Como observa Elias Machado (2003, p.5), o processo de constituição de assessorias de comunicação ou relações públicas orientadas para incluir temas particulares no fluxo dos sistemas de circulação de notícias é um dos sinais de que a profissionalização das fontes constitui uma das especificidades do processo de coleta de dados, produção e circulação de conteúdos no jornalismo em sociedades complexas.

Para Manuel Pinto (2000), as fontes organizadas e profissionalizadas contribuem para a “multiplicação dos pólos de enunciação”, adquirindo um estatuto e um poder significativos, seja em relação aos *media*, aos jornalistas, ou ao público em geral, do qual emergem:

Este fenómeno é bem um sintoma de que o jornalismo sendo um factor de configuração e representação da vida social é, ao mesmo tempo, condicionado pela acção de uma “comunicação estratégica” situada a montante do trabalho dos jornalistas (PINTO, 2000).

Comprendemos, portanto, que os sites de universidades, movimentos sociais e organizações do “terceiro setor” podem atuar como importantes fontes de informação

para o agendamento na web regional, caso os conteúdos que produzam estejam organizados com intencionalidade, tirem partido das bases de dados e dos recursos do jornalismo digital e da hipermídia para: a) favorecer o trabalho de apuração e levantamento de dados por parte dos jornalistas; b) assegurar cobertura mais qualificada e diversificada em seus pontos de vista; e c) ampliar a universalidade de acesso e de construção discursiva sobre temáticas circunscritas no âmbito da web regional.

Para o jornalista e o meio para o qual trabalha, saber onde localizar especialistas que ofereçam opinião sobre determinado tema ou assunto com propriedade, saber quais ações têm sido desenvolvidas para a qualificação das informações sobre o semiárido ou para combater ocupação ilegal na Amazônia, por exemplo, pode ser questão de minutos, quando se conhecem as fontes de informação adequadas, e se estas possuem conteúdos estruturados e confiáveis. Um dos pontos-chaves é o da incorporação de sistemas automatizados de publicação estruturados em bases de dados em plataformas de produção de conteúdos jornalísticos, que permitam, como ressalta Elias Machado (2008), integrar os subsistemas de apuração, produção e circulação. Ele explica:

Cada um destes subsistemas pode apresentar diversas etapas e aplicativos. O de apuração deveria incluir possibilidades como agenda, banco de dados de fontes, de pautas, de matérias publicadas, sistemas de busca internas e externas especializados; o de produção deveria incluir as etapas de composição, edição e publicação e, o de circulação, deveria prever ao menos mecanismos estáticos e dinâmicos para a difusão das informações em diferentes suportes (idem, 2008, p.05).

O número de aplicativos ativos, de caráter multimídia ou não, dependerá da especificidade de cada plataforma, propiciando ações distintas entre os membros de uma rede articulada em torno de um site jornalístico, ou de sites que são fontes de informação para jornalistas. No caso desses últimos, a estruturação dos conteúdos deve levar em conta o modo como o jornalista os consulta para encontrar e recuperar a informação que necessita. Obriga, por outro lado, a repensar a lógica da relação das assessorias de comunicação com o jornalista e a qualidade das informações disponibilizadas em sites de organizações ou movimentos sociais sobre assuntos específicos de determinada região para abastecer os jornalistas locais, nacionais e até estrangeiros.

Qualidade, credibilidade, pertinência, prestígio, relevância social e atualidade das fontes (PINTO, 2000; TOLEDO, 2004; LIMA JÚNIOR, 2006) são fulcrais no trabalho jornalístico e incidem diretamente no resultado do que se apresentará e difundirá ao público. O jornalista trabalha constantemente com fontes de informação, o que lhe exige grande capacidade crítica para selecioná-las. Fontes são pessoas, grupos, instituições sociais ou vestígios (falas, documentos, dados) por esses preparados ou deixados.

As fontes podem ter papel oficial, oficioso ou independente, e serem localizadas por meio de relacionamento pessoal, de pesquisa ou por indicação; podem ainda ser diferenciadas por âmbito geográfico (local, regional, nacional, internacional) e pelo acesso (fontes públicas e documentais), conforme Pinto (2000). Já Toledo (2004, p. 106-108) propõe uma tipologia para as atividades de documentação jornalística que dão apoio aos profissionais da informação (jornalistas, publicitários, cineastas, roteiristas e criadores de audiovisual):

- *Fontes de informação pessoais*: pessoas que fornecem opiniões sobre um tema, declaram o que ouviram ou relatam o que viram, ou são protagonistas da notícia em si; incluem os investigadores e especialistas que prestam esclarecimentos ou fazem alertas sobre certos acontecimentos e/ou comportamentos. São fontes de caráter independente;

- *Fonte de informação institucional*: documentos ou pessoas que falam oficialmente em nome da instituição que representam;

- *Fontes de informação bibliográficas ou documentais*: subdividem-se em primárias - aquelas que contêm a informação original e íntegra, ou seja, livros, revistas, documentos de patentes e de normas, ou a chamada literatura cinza⁴; e secundárias, que fornecem informação sobre um conjunto de fontes primárias e resultam da análise efetuada por documentalistas, bibliotecários etc. Servem para indicar ao usuário a existência de determinados documentos que podem ser de seu interesse, como as obras de referência ou de consulta (dicionários, enciclopédias, atlas, anuários e biografias), que proporcionam respostas a questões pontuais.

Articulando a conceituação acerca das fontes no jornalismo com a classificação oriunda da documentação jornalística, pensamos ser possível avaliar com mais acuidade o papel

⁴ Conjunto de documentos que não se distribui pelas vias habituais e cujo acesso pode ser às vezes limitado ou complicado, por exemplo: informes, documentos de trabalho, memórias de atividades, etc.

de alguns sites de fontes informativas na web regional, a partir de algumas funcionalidades das bases de dados empregadas por eles (ver tópico 5).

4. Agendamento da mídia a partir das fontes

A intensificação das disputas por visibilidade na esfera pública midiática vem sendo observada em estudos recentes sobre os processos de agendamento da mídia, que ampliam o foco metodológico até então restrito à *agenda setting* (MAZZARINO, 2007; ROSSY, 2007; HANSEN, 2006; MATTOS, 2004). Nesse contexto, ganha relevância crescente a ação estratégica das fontes de informação sobre o monopólio do campo jornalístico para definir a noticiabilidade dos acontecimentos.

No sistema social global, o campo jornalístico é parte de uma teia complexa de interação entre campos sociais diversos, onde sujeitos destes outros campos sociais buscam visibilidade pública a partir da participação na agenda dos acontecimentos, que é midiaticizada (ofertada via tecnologias da informação) para o espaço público (MAZZARINO, p. 53).

Quanto melhor as fontes conhecem as rotinas produtivas dos jornalistas e das organizações para as quais trabalham (incluindo as especificidades dos tipos de mídia – jornal diário, revista semanal, rádio, TV, Internet) e suas lógicas de valoração da informação jornalística, maior será a sua capacidade de ação estratégica sobre os processos de agendamento. A análise dessas práticas constitui o arcabouço empírico da *agenda building*, um campo de estudos originário da Ciência Política que busca identificar como e por que determinados temas e questões entram na pauta do debate público e se convertem em políticas, enquanto outros são excluídos ou silenciados (NISBET, 2008).

Nos estudos de jornalismo, a noção vem sendo utilizada para abordagem dos processos de construção da pauta a partir da ação comunicativa das fontes (em especial, as de movimentos sociais e organizações do “terceiro setor”), geralmente mediada por um agente institucional ou por assessores de imprensa. Contrapõe-se, assim, ao paradigma de análise de conteúdos versus efeitos na audiência da *agenda-setting*, metodologia de análise que por mais de três décadas dominou os estudos sobre a capacidade da mídia de influ-

enciar a opinião pública⁵. Ao longo do seu desenvolvimento, as pesquisas sobre agendamento foram ampliando seu escopo teórico-conceitual com a incorporação de outras variáveis, como as características das audiências, a intervenção ou moderação das fontes e as contingências do processo de agendamento (ZHU and BLOOD, 1996, p. 108-109). Os estudos sobre *media agenda building*, que vêm se intensificando nos últimos cinco anos, podem representar uma nova virada paradigmática nesse campo, ao procurar investigar quem influencia a pauta dos veículos jornalísticos, em vez de se concentrar na transferência da pauta da mídia para a agenda pública (QIU and CAMERON, 2006). Parte importante desse esforço de investigação vem sendo dedicada, desde a década de 1990, ao papel das assessorias de imprensa (que no contexto norte-americano é exercido por profissionais de relações públicas⁶) como importante fonte de informação das redações (BERGER, 2001; CURTIN, 1999; OHL, PINCUS, RIMMER & HARRISON, 1995, apud QIU and CAMERON, 2006, p.5). Ao subsidiar o trabalho jornalístico com informação relevante, os profissionais de assessoria de imprensa não apenas influenciariam os temas nos quais a mídia se concentra, como também o modo como os assuntos são cobertos, tanto em termos cognitivos quanto emocionais.

Para Qui e Cameron (2006), as práticas de *information subsidy* são um aspecto do processo da apuração jornalística ainda não suficientemente teorizado, mas que vem sendo observado nos estudos sobre o agendamento do ponto de vista das fontes. A noção abrange variadas ações comunicativas que correspondem ao que Chaparro (2008) chama de “táticas de indução de pautas”. Além das tradicionais ações de envio de press releases, convocação de entrevistas coletivas, fornecimento de dossiês de dados etc, as assessorias buscam cada vez mais “facilitar” o trabalho do jornalista na escolha das fontes e enfoques, ao fornecer material semipronto, dados de apoio estruturados em textos, tabelas e infográficos, de fundamental importância em um contexto de rotinas e constrangi-

⁵ Entre 1972 e 1993, quase 200 estudos sobre *agenda-setting* foram contabilizados por Rogers, Dearing and Bregman (1993, apud Zhu e Blood, 1996, p.103), 56% dos quais citando o artigo de McCombs e Shaw que inaugurou essa linha de pesquisa, a partir dos estudos de Lippman e Cohen sobre efeitos dos meios de comunicação no público, publicados na primeira metade do século XX.

⁶ Para fins de correspondência com a realidade brasileira, a expressão “public relations professionals” utilizada nos textos sobre *media agenda building* incluídos na bibliografia deste artigo foi traduzida por “profissionais de assessoria de imprensa”, ou simplesmente por “assessores de imprensa”.

mentos organizacionais cada vez mais restritivos à autonomia do jornalista sobre o seu processo produtivo – várias pautas por dia, redução do tempo de produção em função de determinantes industriais e publicitários, entre outros.

Uma questão-chave na investigação de Qui e Cameron é a de tentar descobrir por que alguns agentes são mais eficazes do que outros na capacidade de influenciar a pauta jornalística. Estudos de casos realizados ao longo de mais de uma década, nos Estados Unidos, apresentaram resultados díspares sobre a capacidade de agentes profissionais subsidiarem conteúdos noticiosos: de 25% a 80%, conforme o setor em que atuam, com melhor desempenho observado nos agentes do setor saúde e das organizações sem fins lucrativos. Segundo esses autores, há indicadores de que a eficácia do agendamento está relacionada a dois fatores principais: as estratégias de mediação de informação por parte das assessorias e os mecanismos de filtragem das informações pelos repórteres, apontados como a principal interface da mídia com as fontes de informação.

(...) são os repórteres que têm o poder maior de determinar se a informação subsidiada vai ser utilizada ou não, e como, com base em seus próprios valores-notícia, julgamentos, enquadramentos e outros fatores (Cameron & Blount, 1997). O conteúdo finalmente veiculado pela mídia é uma expressão da função de filtragem dos repórteres, que é indiretamente influenciada pelos profissionais de assessoria de imprensa (Shin & Cameron, 2005). Em outras palavras, a eficácia na construção da pauta é demonstrada pelo quanto a mídia aproveitou do material fornecido pela fonte. Esse processo é mediado pelos repórteres. (CAMERON, 2006, p.6).

São esses profissionais, portanto, que devem ser o alvo principal da estruturação das informações das fontes em bases de dados com aplicações jornalísticas, em especial os bancos de fontes e os acervos multimídia. Na web regional, as informações estruturadas em BDs assumem importância ainda maior em função da invisibilidade de certas temáticas e de fontes especializadas locais na chamada grande mídia nacional.

5. Funcionalidades de bases de dados e agendamento na web regional

Nos breves estudos de caso, a seguir, descrevemos como algumas das funcionalidades de bases de dados estão sendo utilizadas pelos quatro sites selecionados para a investigação empírica deste artigo, com fins de subsídio de informação jornalística – notada-

mente visando à visibilidade midiática de certas temáticas e fontes de âmbito regional. Na análise, apontamos suas limitações e outras possibilidades de implementação que seriam mais adequadas aos fins propostos.

5.1. Banco de Imagem: a experiência do Amazônia.org

O site Amazonia.org é parte de um projeto de análise e monitoramento das políticas públicas para a Amazônia, a cargo da organização Amigos da Terra – Amazônia Brasileira, criada em 1989. As informações que oferece visam contribuir para o esclarecimento da estrutura de agentes públicos e privados, brasileiros e estrangeiros, que atuam na região. Constitui-se, assim, em uma fonte de informação do tipo independente, ainda que explicita uma parceria com o Ministério do Meio Ambiente através da Secretaria de Coordenação da Amazônia, que assegura a atualização do banco de dados utilizado pelo site desde 2003. Ao mesmo tempo, configura-se como fonte documental, porque reúne grande quantidade de informações textuais e não-textuais.

Para este estudo, elegemos a funcionalidade de banco de imagens abrigada na seção “Audiovisual” do site (“Media”, na versão em inglês⁷). Apesar do nome e da promessa de que o visitante “poderá navegar por um banco de dados de fotografias, mapas, vídeos e áudios da região amazônica”, o acervo é predominantemente composto por fotos, classificadas em cinco categorias: Parintins, Especiais, Temas Diversos, Índios e Meio Ambiente, e cada uma delas está associada a subcategorias. O sistema usado pelo site permite que se veja as fotos em tamanho ampliado, mas em resolução não adequada à publicação em meios impressos, por exemplo, o que limita sua função de agendamento. Dos dez mapas listados, porém, apenas as legendas estão disponíveis. Os 15 vídeos do acervo, por sua vez, ainda apresentam sérios problemas de usabilidade: estão acessíveis apenas em formato AVI, e exigem banda larga de alta velocidade para serem visualizados. Quando isso acontece, é possível conhecer um pouco da realidade de áreas longínquas da Amazônia, através de cenas e depoimentos de populações locais, aos quais poucos repórteres dos veículos tradicionais têm acesso.

⁷ Nesta versão não são disponibilizados os vídeos e, no caso dos mapas, as legendas são visualizáveis apenas em português.

Um sistema de busca avançada oferece pesquisa do material disponibilizado em diversos formatos. Porém, uma busca com o termo “Ouro verde”, título de um dos vídeos contido no Banco de Imagem, não trouxe nenhum resultado. Com o termo “Parintins” (uma das categorias de fotos), o resultado apresentado foi um link que levava para um site externo. O material de arquivo tampouco aparece na contextualização das notícias ou é trabalhado segundo outros formatos para ser agregado ao menu informativo. Essas observações indicam que, apesar de ser uma iniciativa relevante, o site Amazonia.org necessita de melhor estruturação e classificação dos objetos multimídia para garantir maior dinamismo no acesso e, principalmente, o inter-relacionamento entre o conteúdo do Banco de Imagem, as notícias e os demais documentos disponíveis, pois a hipertextualidade ainda é limitada no site. Do ponto de vista do agendamento, indicam a perda de eficácia em um contexto em que o maior grupo de mídia do país busca assumir o controle discursivo sobre os problemas da região através do site www.globoamazonia.com.

5.2. Banco de Fontes: os modelos da UFPI e da UERN

Banco de Fontes é um recurso de apoio às atividades jornalísticas viabilizado pelas ferramentas de BD que propicia um desafogo nos gargalos de atendimento das assessorias de imprensa, além, obviamente, de agilizar o trabalho dos repórteres em busca das fontes mais adequadas para suas matérias. Na documentação jornalística, os bancos de fontes são classificados como bases de dados referenciais, podendo aportar informação sobre a localização de pessoas, a especialidade e meios de contato, entre outras.

Vale destacar que os dois modelos selecionados para esta análise⁸ são os únicos existentes em um universo de 21 universidades públicas da região Nordeste, de acordo com levantamento anteriormente realizado⁹. O BF da UFPI é organizado a partir de uma lista

⁸ Banco de Fontes da UFPI: <http://www.ufpi.br/areas_banco_fontes.php>; Guia de Fontes da UERN: <<http://www.uern.br/administracao/guiadefontes.asp>>.

⁹ Levantamento realizado para o artigo Jornalismo hipermídia na divulgação científica: experiências e lacunas nos sites de universidades públicas e fundações de apoio à pesquisa do Nordeste, aceito para apresentação oral no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do Intercom 2009.

de mais de 30 temas clicáveis, cada qual vinculado a uma relação de especialistas cadastrados, cujos nomes estão conectados a uma ficha de dados como no exemplo abaixo:

Nome: Adeodato Ari Cavalcante Salviano **Área:** Engenharia Agrícola e Solos **Titulação:** Doutor **Departamento:** Engenharia Agrícola e Solos **Fone (do trabalho):** 3215 5745 **E-mail (da UFPI):** asalviano@uol.com.br **Extrato curricular:** Doutorado em Agronomia (Solos e Nutrição de Plantas) [Esalq]. Universidade de São Paulo, USP, Brasil. Título: Variabilidade de atributos de solo e de crotalaria juncea em solo degradado do município de Piracicaba-SP, Ano de Obtenção: 1997. Orientador: Sidney Rosa Vieira. Grande área: Ciências Agrárias / Área: Agronomia / Subárea: Ciência do Solo / Especialidade: Manejo e Conservação do Solo. Setores de atividade: Desenvolvimento rural; Produção vegetal; Qualidade e Produtividade.

Já o Guia de Fontes da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN) permite busca por palavra-chave e recupera os especialistas relacionados à temática solicitada em diferentes departamentos, com neste exemplo:

Podem apresentar palestras sobre MEIO AMBIENTE (2 registros):

- [Prof. Ms. José Cristovão de Lima](#), Departamento de Economia, FACEM
- [Prof. Ms. Wendson Dantas de Araújo Medeiros](#), Departamento de Gestão Ambiental,

Podem ministrar oficinas e/ou treinamentos em MEIO AMBIENTE (1 registro):

- [Prof. Ms. Auris Martins de Oliveira](#), Departamento de Ciências Contábeis, FACEM

Podem dar entrevistas ou emitir opiniões sobre MEIO AMBIENTE (2 registros):

- [Prof. Esp. Franklin Roberto da Costa](#), Departamento de Geografia, C.A. P.FERROS
- [Prof. Ms. Wendson Dantas de Araújo Medeiros](#), Departamento de Gestão Ambiental,

Possuem outras competências referentes a MEIO AMBIENTE (1 registro):

- [Prof. Ms. Marcus Tullius Leite Fernandes dos Santos](#), Departamento de Direito, FAD

Neste formato, os links nos nomes dos especialistas levam a páginas personalizadas, com informações detalhadas (incluindo foto, uma descrição pessoal das competências do pesquisador, disciplinas que leciona e artigos para download, entre outras). Embora com estruturas e interfaces de recuperação de dados diferentes, os dois BFs apresentam potencial de eficácia para o agendamento de fontes regionais na mídia, desde que sejam amplamente divulgados junto aos jornalistas de diversos veículos. Ressalve-se, porém, que a busca estruturada da UFPI não apresenta qualquer especificidade regional.

5.3. Webclipping: a proposta do Observatório do Semi-Árido

O Webclipping é um aplicativo implementado através do uso de agregadores (sistemas automatizados de localização) que permitem – por meio de buscas por palavras-chaves, obter e publicar notícias atualizadas oriundas de qualquer site ou portal jornalístico, de entidades, órgãos e instituições de interesse. Para que possa gerar resumos de notícias

e/ou peças informativas de modo automatizado, é fundamental que o site esteja estruturado em bases de dados¹⁰.

O Webclipping disponibilizado pelo Observatório do Semi-Árido, mantido pelo MOC, de Feira de Santana (BA), lista notícias de uma grande diversidade de veículos noticiosos, agrupadas em 22 temáticas¹¹, que podem ser visualizadas no menu vertical localizado à esquerda na página inicial. Um calendário digital assinala os dias de cada mês em que foram clipados conteúdos pertinentes às temáticas relacionadas. Também permite a busca pela fonte, a partir da imensa lista de meios de comunicação, sites, portais jornalísticos e informativos de entidades. Condizente com sua proposta de contra-agendamento da mídia, no sentido de Rossy (2007) e Mazzarino (2007), o webclipping é complementado com opções de fontes de pesquisa e de relatos de experiências locais. No entanto, o site não dispõe de qualquer ferramenta para distribuir seus conteúdos diretamente aos potenciais usuários; usa apenas a plataforma web para dar visibilidade ao que é o seu propósito: “(...) contribuir para a construção de um outro olhar sobre a região que quase sempre é retratada nos meios de comunicação como uma terra sem dinâmica, carente de fatos noticiáveis, pautada apenas pela pobreza e o agravamento dos problemas sociais devido ao fenômeno da seca”.

5. Considerações finais

Este estudo exploratório nos permite concluir que os quatro sites de organizações públicas aqui analisados estão num estágio intermediário no que diz respeito ao aproveitamento das bases de dados, dos recursos hipertextuais e da hipermídia para estruturarem os conteúdos que publicam. São exemplos referenciais na web regional pelo potencial que possuem para o agendamento ou contra-agendamento dos meios, além de constituírem-se como importantes fontes de informação para o trabalho jornalístico.

¹⁰ Esta é uma das funcionalidades que integram o conjunto das 22 identificadas como propriedades do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados, ao lado de oito categorias: dinamicidade, automatização, flexibilidade, inter-relacionamento/hiperlinkagem, densidade informativa, diversidade temática, visualização e convergência (BARBOSA, 2007; 2008a; 2008b).

¹¹ Entre elas, Agricultura familiar, Agronegócio, Água, Convivência com o Semi-Árido e Rio São Francisco.

Verifica-se que tais sites, principalmente os dois representativos dos movimentos e organizações do “terceiro setor” - enquanto fontes independentes - já configuram a sua atuação de modo muito afinado às características do jornalismo nas redes digitais, o que é um diferencial a ser ressaltado. Por outro lado, tanto estes como aqueles das instituições universitárias necessitam ainda: ativar mecanismos para estabelecer as redes de relações entre eles e os usuários (sejam jornalistas, pesquisadores, estudantes); implementar aplicativos para a melhor disseminação e visibilidade para os seus conteúdos e marcar com maior intencionalidade a construção discursiva sobre temáticas circunscritas no âmbito da web regional.

6. Referências bibliográficas

BARBOSA, S. **Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em interação com a convergência jornalística**. Textual & Visual Media. Revista de la Sociedad Española de Periodística. v.1.2008. p. 87-106 (2008a).

_____. **Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração**. Paper apresentado no GT 7 - Cibercultura y Tendencias de la Prensa en Internet, do III Congreso Internacional de Periodismo en la Red. Foro Web 2.0: Blogs, Wikis, Redes Sociales y e-Participación, Facultad de Periodismo, Universidad Complutense de Madrid (Espanha), 23-24 abril, 2008. (2008b).

_____. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. (Tese de Doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2007. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm>.

CHAPARRO, M.C. 2000. **O acontecimento como discurso**. *Comunicação e Sociedade* 2, 14(1-2), p. 295-317. [Cadernos do Noroeste, Série Comunicação]

_____. **Jornalismo nas fontes - avanço e perigos**. *Comunique-se* 14/10/04. Disponível em: <<http://www.sinproprp.org.br/Clipping/2005/296.htm>>. Acesso em: 28/07/2009.

_____. **Fontes, o novo berço da pauta**. *Comunique-se* 05/08/2008

FIDALGO, A. “**A resolução semântica no jornalismo online**”. In.: BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo digital de Terceira Geração**. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, 2007. p.93-102.

_____. **Do poliedro à esfera: os campos de classificação**. A resolução semântica no jornalismo online. In.: Anais do II Congresso da SBPJor. Salvador-BA/Brasil, 2004.

_____. **Sintaxe e semântica das notícias on-line**. Para um jornalismo assente em base de dados. In.: LEMOS, A. *et al.* (Orgs.). *Mídia.Br. Livro da Compós*, Porto Alegre: Meridional, 2003. p.180-192.

GARRISON, Bruce. **Computer-Assisted Reporting**. London: LEA Publishers, 1998. (Second edition).

GORDON, R. **Data as journalism, journalism as data**. In.: *Readership Institute*. Nov. 2007. Disponível em: <www.readership.org/default.asp>. Acesso em: 28/02/2008.

HANSEN, Messiluce da Rocha. **Esfera de visibilidade pública midiática, redes de comunicação e os atores coletivos da sociedade civil**. In: Anais do XXIX Congresso de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1567-1.pdf>. Acesso em: 26/06/2009.

LIMA JÚNIOR, Walter T. **Classificação das bases conceituais para validação de instâncias e atributos a serem utilizados na elaboração de sistema digital de busca de fontes jornalísticas**. In.: *Revista Galaxia*, nº.12, dez., 2006. p. 115-128.

LÓPEZ-GARCÍA, Xosé *et al.* **“Bases de datos: herramientas básicas para otro periodismo posible”**. In.: *Revista El Profesional de la información (EPI)*. V. 18, nº3, Mayo-Junio 2009. p. 308-315.

LÓPEZ, X. (coord.). **Sistemas digitales de información**. Madrid: Pearson Educación, 2006.

LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. **Arquitectura y Organización de la Información**. In: DÍAZ NOCI, J.; SALAVERRÍA ALIAGA, R. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003. p.195-230.

MACHADO, Elias. **Sistemas de edição no jornalismo em base de dados**. Palestra de abertura da XVII Semana de Comunicação da UEPG. 2008. Disponível em: <www.lapjor.cce.ufsc.br>. Acesso em: 12/05/2009.

_____. **O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2006.

_____. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003 (Coleção Biblioteca J).

MACHADO, Marcia Benetti e MOREIRA, Fabiane. **Jornalismo e informação de interesse público**. *Famecos – Revista da Pós em Comunicação da PUC-RS*, n.27, ago-2005. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/27/27_marciamachado_fabianemoreira.pdf>

MATTOS, Celso Moreira de. **Imprensa e Câmara: um estudo sobre o agendamento**. São Bernardo: Enciclopédia do Pensamento Comunicacional Latino-Americano (Encipecom), 2004. Disponível em: <<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/9/93/GT11Texto006.pdf>>

MAZZARINO, Jane Márcia. **O agendamento na perspectiva das fontes do campo jornalístico: observando fazeres do movimento socioambiental**. *Fronteiras - estudos midiáticos*. Ano 9, n.1, jan/abr 2007. p. 53-63 (Unisinos). Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3155/2965>>

NISBET, Matthew C. **Agenda building**. *The International Encyclopedia of Communication*, 2008. Disponível em: <<http://www.american.edu/soc/docs/agenda.pdf>>

PINTO, M. **Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo**. *Comunicação e Sociedade 2*, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, v. 14 (1-2), 2000, p. 277-294. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf>. Acesso em: 05/07/2009.

QIU, Qi. and CAMERON, Glen. **Building a media agenda on prosocial causes: how issue perceptions and news values work to influence effectiveness**. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association. Dresden, Germany, jun 16, 2006. Disponível em: <http://www.allacademic.com/meta/p93166_index.html>. Acesso em: 25/06/2009.

ROSSY, Elizena. **Contra-agendamento: o Terceiro Setor pautando a mídia**. II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2007. Brasília: UNB, 2007. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_jmp-elizena.pdf>. Acesso em: 25/06/2009.

SMITH, Anthony. **Goodbye Gutenberg: The newspaper revolution of the 1980s**. New York: Oxford University Press, 1980.

TOLEDO, E.G. **Manual de Documentación para comunicadores**. Pamplona: EUNSA, 2004.

ZHU, Jian-Hua Jonathan; BLOOD, Deborah. **Media agenda-setting theory: review of a 25-year research tradition**. *Perspectives* (City University of Hong Kong). v.8 (1996 Spring). p.97-148. Disponível em: <<http://sunzi1.lib.hku.hk/hkjo/view/10/1000100.pdf>>.