

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

MARIO RODRIGUES MAGALHÃES

**A COBERTURA JORNALÍSTICA DOS RESULTADOS DO CENSO 2022
PELO PORTAL DE NOTÍCIAS G1**

PORTO ALEGRE, RS
2023

MARIO RODRIGUES MAGALHÃES

**A COBERTURA JORNALÍSTICA DOS RESULTADOS DO CENSO 2022 PELO
PORTAL DE NOTÍCIAS G1**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do grau de bacharel em
Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientadora: Prof. Dra. Karine Moura
Vieira.

PORTO ALEGRE

2023



Curso de Bacharelado em Jornalismo

Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos 06 dias do mês de dezembro de 2023 realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante Mario Rodrigues Magalhães, portador do Registro Uninter 1065461 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade monografia, sob o título A Cobertura Jornalística dos Resultados do Censo 2022 pelo Portal De Notícias G1 e orientação da professora Dra. Karine Moura Vieira, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora: Examinador/a 1: Dr. Alessandro Teixeira

Examinador/a 2: Dra. Mônica Fort

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 9,2.

Sendo assim, considerou-se o estudante

aprovado. Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a:

Karine Moura Vieira

Examinador/a 1:

Examinador/a:

Estudante:

Mario R. Magalhães

AGRADECIMENTOS

Aqui vai meu agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para a conclusão deste TCC. Começando pelos meus pais, Cleusa e José Francisco que me oportunizaram a realização desta graduação, pois foram eles em meio a pandemia, que me convenceram a tomar tal decisão de finalmente cursar o Jornalismo.

Agradeço também a minha esposa Ana Carolina e ao Lucas, por terem paciência e me auxiliarem nestas andanças que começou em Porto Alegre, passou por Lajeado e termina em Passo Fundo.

Meu agradecimento também é mais que especial a minha orientadora a Professora Karine, que foi fundamental, dando todo o embasamento teórico a esta pesquisa. Também agradeço aos professores Alex e Mônica, por estarem presentes na banca nas diversas fases deste TCC, suas considerações contribuíram e muito para dar ainda mais sustentação teórica.

Agradeço também aos professores Guilherme e Larissa que estiveram ao meu lado nas etapas anteriores e deram suas contribuições a conclusão deste estudo.

Dedico este trabalho a todas as pessoas que acreditam que é possível contribuir para um mundo melhor e que acreditam que é mais que possível, é necessário ser, agir e informar nossa sociedade. Somente com informação à disposição que nossa sociedade poderá buscar melhorias em seu dia a dia.

A informação sobre o que acontece não vem da
interação entre as pessoas, mas do que é veiculado pela
mídia, uma interpretação interessada, senão
interesseira, dos fatos
(SANTOS, 2001, p. 41)

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a cobertura jornalística do Portal de Notícias G1 nos resultados dos dados do Censo 2022. Utilizando a metodologia da Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), esta pesquisa identificou e classificou, conforme a metodologia empregada, as características das 85 notícias publicadas no período de 28 junho de 2023 a 3 de julho de 2023 sobre os resultados do Censo 2022, em diversos municípios e estados do Brasil, observando o conteúdo das notícias e os materiais apresentados como infográficos, gráficos e vídeos. Entre os temas a serem discutidos tem-se a cobertura jornalística, dados e jornalismo e a utilização do Jornalismo, aliado à Inteligência Artificial (IA). Para essa última análise também é avaliada de que forma o G1 apresentou os diagnósticos municipais dos municípios brasileiros, por meio dos resultados do Censo 2022 do IBGE, gerados por meio desta ferramenta de IA.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Análise de Cobertura Jornalística; Dados no Jornalismo; Censo 2022, IA.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tela capturada com a matéria referente as reportagens com as populações dos 5.570 municípios brasileiros.	34
Figura 2 – Tela capturada com a matéria assinada pela Redação do G1 – São Paulo.	37
Figura 3 – Tela capturada com a matéria assinada por André Catto, colaborador do G1.	38
Figura 4 – Tela capturada com a matéria referente ao agro, realizada pela BBC, mas veiculada no G1.	38
Figura 5 – Exemplo de notícia propriamente dita, veiculada no G1.	39
Figura 6 – Tela capturada com reportagem do Telejornal AL2, de Alagoas em notícia vinculada no G1.	40
Figura 7 – Tela capturada com entrevista com o Ex-Presidente do IBGE Sérgio Besserman.	41
Figura 8 – Tela capturada com a matéria referente ao Podcast do Censo 2022.	41
Figura 9 – Tela capturada com a matéria referente ao tema Economia.	43
Figura 10 – Tela capturada com a matéria referente à abordagem estadual.	43
Figura 11 – Tela capturada com a matéria referente à abordagem de uma região de estado.	44
Figura 12 – Tela capturada com matéria apresentando fotografia.	45
Figura 13 – Tela capturada com matéria apresentando gráfico.	45
Figura 14 – Tela capturada com matéria apresentando infográfico.	46
Figura 15 – Tela capturada com matéria apresentando vídeo.	46
Figura 16 – Tela capturada com matéria apresentando imagem não fotográfica.	47
Figura 17 – Tela capturada com a matéria de 28 de junho.	48
Figura 18 – Tela capturada com a matéria de 29 de junho.	49
Figura 19 – Tela capturada com a matéria de 30 de junho.	49
Figura 20 – Tela capturada com a matéria de 1º de julho.	50
Figura 21 – Tela capturada com a matéria de 2 de julho.	50
Figura 22 – Tela capturada com a matéria de 3 de julho.	51
Figura 23 – Tela capturada para consulta de diagnóstico municipal.	52
Figura 24 – Tela capturada de notícia gerada pela IA, do município de Rio Grande, RS.	52
Figura 25 – Tela capturada de infográfico gerado para os municípios do Rio Grande do Sul, RS, relacionado ao aumento ou redução da população.	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Níveis Analíticos de análise da Cobertura Jornalística.....	17
Quadro 2: Marcas de apuração das matérias.	37
Quadro 3: Marcas de composição do produto.....	39
Quadro 4: Marcas de composição, local do texto.....	42
Quadro 5: Marcas de composição do produto – recursos visuais.	44
Quadro 6: Publicações por dia, no período analisado.....	48

LISTA DE SIGLAS

ACJ	- Análise de Cobertura Jornalística
AFP	- Agence France-Presse
CMO	- Comissão Mista Orçamentária
EBC	- Empresa Brasileira de Comunicação
G1	- Portal de Notícias <g1.globo.com>
IA	- Inteligência Artificial
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JDBG	- Jornalismo Digital em Base de Dados.
TSE	- Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 METODOLOGIA.....	16
3 JORNALISMO, DA COBERTURA AOS DADOS	21
3.1 COBERTURA JORNALÍSTICA	21
3.2 DADOS NO JORNALISMO	23
3.3 JORNALISMO E TECNOLOGIA	25
4. O CENSO 2022 E O PROJETO DO G1	30
4.1 O CENSO 2022	30
4.2 O PROJETO DO G1 COM OS DADOS DO CENSO 2022	33
5. ANÁLISE SOBRE A COBERTURA DO G1	36
5.1. MARCAS DE APURAÇÃO	36
5.2. MARCAS DE COMPOSIÇÃO DO PRODUTO	39
5.3. ASPECTOS DO CONTEXTO DE PRODUÇÃO	47
5.4. MATÉRIAS REALIZADAS PELA IA	51
5.5. ANÁLISE GERAL, OBSERVAÇÕES E RESULTADOS	53
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
7. REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

O Jornalismo tem procurado se adequar aos processos comunicacionais existentes atuais como as mídias sociais, em busca de relevância, por meio de mediações éticas, coletivas e diferenciais nos parâmetros sociais da atualidade. O Jornalismo enquanto uma autonomia de uma modalidade discursiva decorre entre outros fatores dos avanços no campo tecnológico (MACHADO; PALACIOS, 1997).

Considerando-se este debate uma importante ferramenta é a da cobertura jornalística. Para se verificar a cobertura de determinado fato, uma das metodologias que pode ser utilizada é a da Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), desenvolvida por Silva e Maia (2011). Essa metodologia serve para examinar como um determinado veículo estrutura a cobertura de assuntos em geral ou de acontecimentos factuais específicos. Por meio dele pode-se analisar as marcas das técnicas e estratégias de apuração, composição, disposição e, conseqüentemente, angulação da notícia nas páginas do veículo.

O veículo de comunicação analisado foi o Portal de Notícias G1, portal de notícias do Grupo Globo e a base de dados e notícias a serem analisadas foram referentes a divulgação dos resultados do Censo 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Os primeiros resultados do Censo 2022, demonstram que o Brasil chegou aos 203,1 milhões de habitantes, segundo o IBGE (2023), com um crescimento na população brasileira de 6,5% em relação ao censo realizado anteriormente, do ano de 2010.

Entre os veículos de comunicação que apresentaram os resultados destes dados através de notícias, em junho de 2023, encontra-se o G1, que possui redações por todo o Brasil.

Como problema de pesquisa pretendeu-se observar de que forma o G1 utilizou-se dos dados do Censo 2022 para apresentar as notícias relacionadas a este tema? Esta análise se utilizará da ACJ, para delimitar os aspectos das marcas de apuração, de composição do produto e os aspectos do contexto de produção.

Para podermos realizar essa análise, o *corpus* da pesquisa apresenta 85 notícias (Apêndice 1) geradas sobre o tema, entre os dias 28 de junho e 3 de julho de 2023, mostrando como o portal se utilizou dos dados. Outro fato observado foi o da utilização da Inteligência Artificial (IA), nas matérias automatizadas dos municípios brasileiros, verificando a forma de apresentação destas notícias, criadas pela IA.

Para responder a estes questionamentos do problema de pesquisa, foram analisadas a forma de cobertura do Portal G1, as matérias vinculadas ao tema (Censo 2022), verificando as marcas de apuração, de composição do produto e os aspectos do contexto de produção. Também foram analisadas a formatação gerada pela IA das notícias geradas por esta ferramenta para o diagnóstico municipal dos municípios brasileiros, observando o que estas apresentam.

A hipótese que temos para este estudo é a de que a cobertura jornalística do G1 pode não ter explorado todo o seu potencial para apresentar os resultados do Censo 2022, tanto para o quesito de apresentação e divulgação dos dados coletados e organizados, quanto no desenvolvimento das matérias jornalísticas, ou seja, na construção de novas matérias a respeito das informações obtidas no material produzido pelo IBGE. Pois apesar das possibilidades que se percebe para a utilização dos dados no jornalismo, percebe-se que ele ainda não é bem aproveitado para fomentar debates na sociedade a respeito de temas relevantes para o público, como o do conhecimento da população, realizado pelo IBGE.

A escolha das reportagens do G1, justifica-se pela apresentação dos dados do Censo 2022 por este veículo e pelas 85 matérias geradas, que se encontram na editoria de economia, com subtema voltado ao Censo 2022. Assim como pela credibilidade deste veículo de imprensa perante outros sites da imprensa nacional. O portal apresenta diversas ferramentas em seu site, que permitem um maior dinamismo com as informações na escala do país, regiões, estados e municípios.

Para esta pesquisa foi utilizada a metodologia da Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), em que se analisou a cobertura jornalística do G1 na divulgação dos resultados do Censo 2022.

O objetivo geral deste trabalho foi o de avaliar a cobertura jornalística na apresentação dos dados do Censo 2022, por meio de 85 notícias publicadas entre 28 de junho de 2023 e 3 de julho de 2023, utilizando-se da ACJ.

Entre os objetivos específicos deste estudo estão avaliar as marcas de apuração, as marcas de composição do produto e os aspectos da caracterização contextual das 85 notícias. O segundo objetivo específico foi verificar os tipos de infográficos gerados e as formas de apresentação das notícias. O terceiro objetivo foi o de analisar as notícias que foram geradas por meio da IA para o diagnóstico municipal, observando como o G1 apresenta essa produção para o leitor e as marcas em comparação com as outras matérias sobre o tema.

Como justificativa da análise da cobertura jornalística do G1, sobre os resultados do Censo 2022, ocorrem devido a três motivos. O primeiro é a análise do Jornalismo de Dados e de como o jornalismo pode apresentar uma grande série de dados brutos e transformá-los em notícias. O segundo motivo é que estes dados podem ser apresentados de diversas formas, como tabelas e gráficos e assim facilitam a forma de apresentação da realidade local à nacional. A terceira justificativa é a de verificar como a IA pode contribuir para o Jornalismo.

Esta pesquisa teve como seus elementos norteadores a cobertura jornalística, a ACJ, o jornalismo de dados e a possibilidade de utilização da inteligência artificial (IA) no Jornalismo.

No Capítulo 2 será apresentada a metodologia utilizada para este estudo, a Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), a pesquisa bibliográfica e uma breve discussão sobre a metodologia, com autores como Andrade (2010), Gil (1999 e 2002), Gray (2012), Lakatos e Marconi (2001), Manovich (2001), Maia e Silva (2011), Silva e Soares (2013) e Silva (2008).

No Capítulo 3 inicia-se a discussão do referencial teórico, por meio de subcapítulos que tratam da Cobertura Jornalística (3.1), através de autores como Guerra (2000), Maia e Silva (2011), Silva e Soares (2013). O subcapítulo 3.2 trata-se do Dados no Jornalismo, através de autores como Gray (2012), Howard (2014), Knight (2015) e Lorens (2012). O subcapítulo 3.3 apresenta a discussão teórica sobre Jornalismo e Tecnologia, através de autores como

Berti (2023), Castells (2000), Graefe (2016), Ioscote (2021), Lima e Caetano (2015), Lima Júnior (2015), Machado e Palácios (1997), Marcondes Filho (2009), Marconi (2020), Mayer-Schönberger e Cukier (2013), Moretzsohn (2002), Rambetau (2023), Rognetta (2023), Silva (2020) e Zandomênicó (2022).

No capítulo 4, apresenta a base de dados desta pesquisa, que é o Censo 2022 do IBGE (subcapítulo 4.1), através de autores como Campello e Falcão (2014), Januzzi (2018), Piccolotto (2018) e informações do IBGE (2007, 2020, 2021, 2022 e 2023). No subcapítulo 4.2 é a vez o veículo que realizou a cobertura jornalística, o G1, através de informações do G1 (2006, 2023), do *Comscore* (2022) e *Metrópoles* (2022).

No capítulo 5, apresenta a análise da cobertura do G1, por meio da ACJ sobre os dados do Censo 2022, por meio das 85 notícias veiculadas, onde serão observadas as marcas de apuração (5.1), as marcas de composição do produto (5.2) e os aspectos do contexto de produção (5.3). No subcapítulo 5.4 ocorrerá a análise das matérias geradas pela IA no diagnóstico municipal e no subcapítulo 5.5 temos uma análise geral, observando as 85 notícias e as matérias geradas pela IA.

No capítulo 6, teremos as considerações finais sobre a pesquisa, abordando se ela conseguiu ou não ter êxito e responder aos objetivos propostos de utilização da ACJ para analisar a cobertura jornalística do G1, em relação aos dados do Censo 2022.

2 METODOLOGIA

Por métodos de pesquisa entende-se uma gama de técnicas com as quais se pretende compreender o tema (LAKATOS; MARCONI, 2001), isto é, a análise da cobertura jornalística do G1, sobre os resultados do Censo 2022.

A pesquisa em jornalismo, por vezes, apresenta dificuldades para a qualificação das investigações, devido à ausência de métodos próprios empregados do jornalismo e as frequentes confusões entre escolher quais opções teóricas e quais opções metodológicas, assim como as dificuldades de sistematizar os procedimentos metodológicos e as inconsistências entre a metodologia pretendida e a metodologia praticada (SILVA, 2008).

Para este estudo, a metodologia central a ser utilizada será a Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), para verificar de que forma ocorreu a cobertura do G1, nos resultados do Censo 2022 do IBGE. Para se “pensar fora da lógica das etapas, para além dos fragmentos recortados do circuito” (SILVA, 2008, p.9).

A ACJ, proposta por Silva e Maia (2011), é baseada na problematização que o sociólogo francês Louis Quéré (2005) realiza acerca do lugar da mídia para pensar o acontecimento noticiado. Este autor parte do pressuposto de que, além de analisar as narrativas produzidas pelo produto final do jornalismo, também é viável e conveniente examiná-lo por meio das marcas que a produção jornalística deixa nele, encarregando-se de fornecer uma abordagem mais global do processo jornalístico.

Este método surgiu para a análise de textos impressos, mas neste estudo as matérias são apresentadas de forma online, partindo de três níveis analíticos que são as marcas de apuração, as marcas de composição do produto e os aspectos da caracterização contextual. Silva e Maia (2011). Nos apresentam estes níveis:

Cada um deles [níveis] olha para o objeto de estudo a partir de uma lente diferente. O primeiro, mais específico, funciona como uma teleobjetiva: recai exclusivamente sobre a matéria jornalística – tomada de forma isolada –, explorando indícios do método de apuração e da estratégia de cobertura em *close-up*. O segundo corresponde a uma lente normal, de alcance médio, pois que oferece uma visão um pouco mais aberta do objeto, agora enfocando não só o texto, mas o conjunto amplo do produto, como localização na página, diagramação, foto etc. E o terceiro atua como uma grande angular – não capta detalhes, mas oferece um plano geral do objeto,

captando aspectos da dimensão organizacional e do contexto sócio-histórico-cultural em que se insere a produção jornalística (SILVA; MAIA, 2011, p. 26-27).

Os níveis de análise e as suas marcas designadas por Silva e Maia (2011) estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1: Níveis Analíticos de análise da Cobertura Jornalística.

Níveis de análise	Características	Itens a serem avaliados
Marcas de apuração	Assinatura	Local (redação)
		Correspondente
		Enviado especial
		Colaborador
		Agência de notícias
		Não assinado
	Local da apuração	Interno
		Externo
	Origem da informação	Informações de primeira mão
		Informações de segunda mão
Marcas de composição	Gênero jornalístico / formato	Nota
		Notícia
		Fotonotícia / Fotolegenda
		Entrevista
		Reportagem
		Reportagem especial / dossiê
	Localização do texto do veículo	Editoria
		Categoria
		Caderno
	Recursos Visuais	Gráficos
		Infográficos
		Fotografia
		Vídeos
		Hiperlinks
		Boxes
		Imagem não fotográfica
		Animações, entre outros
Aspectos da caracterização contextual	Categorização Contextual	Interno
		Externo

Fonte: Adaptado de Maia e Silva, 2011.

As marcas de apuração referem-se a questões de quem assinou a matéria, neste caso o G1 e seus jornalistas nos diversos estados brasileiros, o local, de qual editoria, município ou região que está vinculada a matéria, a origem da informação, que é o Censo 2022 do IBGE.

Em relação às marcas de composição do produto, analisa-se o gênero jornalístico e seu formato, neste caso as notícias apresentadas pelo G1, com os resultados do Censo 2022, que serão compostas de 85 matérias, a localização do texto no G1, em qual categoria ou editoria, os recursos visuais utilizados, como vídeos e gráficos e a categorização contextual em seu contexto interno e externo.

O objeto de estudo foi a cobertura jornalística do G1 nos resultados dos dados do Censo 2022. A pesquisa iniciou com a pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (1999), a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto. Para Andrade (2010), a pesquisa bibliográfica é uma habilidade fundamental nos cursos de graduação, pois é o primeiro passo em todas as atividades acadêmicas.

Após a pesquisa bibliográfica, teve início a etapa de análise das 85 matérias publicadas sobre o tema no G1, entre os dias 28 de junho e 3 de julho de 2023, onde observou-se a utilização dos textos, vídeos e gráficos, para se entender qual a explicação do contexto no qual estas informações estão inseridas.

Silva e Soares (2013, p.5) explicam a utilização da ACJ:

O método se organiza em um protocolo que tenta verificar como o texto publicado revela aspectos do processo produtivo da notícia, procurando (a) não deixar que tais aspectos fiquem subsumidos na opção pela Análise de Conteúdo, (b) não adotar um conceito reducionista de *newsmaking* e (c) não esquecer as opções e decisões de cobertura para a compreensão do discurso jornalístico delas resultante.

A escolha da cobertura jornalística do Portal G1 sobre os resultados do Censo 2022, como objeto de estudo, vai permitir verificar, de que forma ocorreu a cobertura e se o G1 conseguiu explorar todo o potencial de dados gerados pelo IBGE, tanto na apresentação quanto na forma de divulgação de suas matérias jornalísticas, por meio da ACJ.

Dessa forma, esta pesquisa pretende analisar a cobertura jornalística do G1, para a apresentação dos resultados do Censo 2022, através das matérias realizadas (85), entre os dias 28 junho e 3 de julho de 2023, observando os dados apresentados e sua forma de apresentação e se estas são acessíveis que qualquer pessoa possa manuseá-las e interpretá-las com facilidade.

Com os dados coletados do G1, foi criada uma seleção de dados para a organização e apresentação das informações coletadas neste estudo, para que ocorra o estabelecimento de um encadeamento de evidências, de forma que elas criem uma cadeia de sentidos (DUARTE, 2005), isto é, se elas foram apresentadas de forma acessível aos leitores. Uma vez que os dados são de importantes no Jornalismo, conforme Gray (2012, p. 9).

Os dados podem ser a fonte do jornalismo de dados, ou podem ser as ferramentas com as quais uma notícia é contada — ou ambos. Como qualquer fonte, devem ser tratados com ceticismo; e como qualquer ferramenta, temos de ser conscientes sobre como eles podem moldar e restringir as reportagens que nós criamos com eles.

Uma vez que os dados do Censo 2022 são públicos, também foram observadas as matérias que foram geradas através da IA pelo G1 para os 5.570 municípios, e como as informações foram apresentadas e publicadas, por meio de formatos diversos, com textos, vídeos e de ferramentas de visualização específicas utilizadas para apresentação destas informações.

Manovich (2001, p. 231) explicita que as bases de dados possibilitam a redefinição da concepção de narrativa, gerando a hipernarrativa (numa analogia ao hipertexto), resultado da soma de múltiplas trajetórias efetuadas através das bases de dados, onde “a narrativa é apenas um conjunto de links, pois os elementos em si permanecem armazenados em uma base de dados”.

Assim foi observado o conjunto de dados com cuidado e delimitados por editoriais e escalas geográficas de análise (nacional, regional, estadual e municipal), para que tenhamos uma estrutura de análise de como a cobertura jornalística do G1, verificando as matérias apresentadas sobre regiões, estados e municípios com os dados do Censo 2022 e de que forma estas informações estão à disposição.

Dessa forma foram analisadas tanto as 85 notícias geradas pelo G1, entre 28 de junho e 03 de julho de 2023, como também de que forma foram apresentados os diagnósticos municipais gerados pela IA dentro do Portal de

Notícias G1, com os dados populacionais do Censo 2022, uma vez que ele apresenta uma padronização para todos os municípios brasileiros.

3 JORNALISMO, DA COBERTURA AOS DADOS

Para o referencial teórico deste estudo pretendeu-se abordar os conceitos de cobertura jornalística, o jornalismo de dados e jornalismo e tecnologia.

3.1 COBERTURA JORNALÍSTICA

A cobertura jornalística é a atividade desenvolvida por jornalistas, com o objetivo de cobrir assuntos pautados ao interesse público. Ela não se restringe apenas ao ato de cobrir uma série de fatos, que resultam na notícia veiculada, mas também como uma “estratégia de apuração e angulação”, como citam Silva e Soares (2013).

Para a análise de cobertura, Guerra (2000) cita que o fator operacional, é o conjunto de procedimentos e métodos específicos da prática jornalística pode ser abordado a partir de três dimensões: normativa, técnica e organizacional.

Para o autor, a dimensão normativa refere-se às determinações legais e aos princípios éticos a serem observados no exercício profissional, que funcionam como um parâmetro de qualidade e como um instrumento pedagógico.

Já a dimensão técnica possui uma divisão em dois parâmetros: o primeiro é o técnico-procedimental, que está ligado à atuação dos jornalistas no sentido de materializar os preceitos normativos que regem as relações entre sujeitos (jornalistas entre si, jornalistas com as fontes, jornalistas com o público e jornalistas com as pessoas-tema das notícias). O segundo parâmetro é o técnico-metodológico, relativo ao processo de composição do produto propriamente dito, ou seja, ao conjunto das ações implicadas nas relações sujeito-objeto (jornalista-acontecimento e jornalista-produto), como estratégias de apuração, práticas de captação das informações, elaboração e formatação do texto jornalístico e apresentação do produto no conjunto do veículo.

A terceira dimensão é a organizacional, que diz respeito à racionalização do trabalho no contexto geral da organização jornalística e pode ser traduzida nas rotinas produtivas como pauta, reportagem, edição, veiculação, prazos,

cronogramas, quadro de funcionários, divisão e atribuição de tarefas, demandas comerciais, entre outros.

Partindo da premissa de Guerra (2000), podemos buscar demarcar a área de abrangência da ACJ. A ACJ não pode se utilizar da dimensão normativa por centrar-se no dever-ser – numa projeção de modelo ideal de jornalismo, que não corresponde, necessariamente, às práticas produtivas empregadas no dia a dia da profissão.

Para Guerra (2000), a segunda dimensão, a técnico-procedimental também não se situa dentro da ACJ por envolver dilemas e escolhas de natureza ética concernentes às relações entre sujeitos, elementos que até poderiam ser inferidos com base no produto, mas que dificilmente estariam explícitos a ponto de serem objetivamente identificados.

As demais dimensões se mesclariam no que propomos como método de análise de cobertura; Silva e Maia (2011, p.25), nos explicam que:

Embora as formas como as organizações jornalísticas administram e planejam internamente as atividades produtivas sejam mais adequadamente captadas por meio do acompanhamento das rotinas de trabalho, ou entrando em contato com os profissionais da redação, elas deixam suas marcas no produto pronto. Além das marcas da dimensão organizacional, também as da dimensão técnico-metodológica são perceptíveis no produto, naqueles aspectos diretamente vinculados às técnicas e às práticas específicas de produção do material informativo.

A análise de cobertura jornalística pode ser usada para investigar como um determinado veículo estrutura a cobertura de acontecimentos específicos, como neste caso o do Censo 2022, verificando as marcas das técnicas e estratégias de apuração e composição da matéria jornalística pelo G1.

O primeiro dos aspectos a ser analisado é o das Marcas de Apuração, nele, podemos detectar a origem da informação, verificando o autor do texto e se ele provém de agência ou se foi escrito por um repórter do veículo analisado (G1), se houve deslocamento de um repórter/acionamento de um correspondente, assim como qual a origem da informação através das fontes consultadas.

O segundo aspecto analisado é o das Marcas de Composição, onde se observa se ocorreu ou não, a utilização de recursos visuais e apontar quais são os recursos utilizados. Essas marcas são importantes para juntar dados e entender como o G1 apresentou as notícias referentes ao Censo 2022.

Entre os gêneros jornalísticos e formatos a serem analisados temos a nota, que para Marques de Melo (2003, p.65-66), é o relato de acontecimentos que se encontram em processo de configuração. O mesmo autor também relata que a notícia é o “relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social” e que a reportagem é o “relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística”, assim como a entrevista é o que “privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade”.

Para o conceito de fotonotícia e fotolegenda temos a contribuição de Jorge Pedro Sousa (2001).

“[...] funciona como uma espécie de legenda para a fotografia, mas foto e o texto beneficiam de uma relação de complementaridade e interdependência que a tornam uma unidade autônoma. Frequentemente, na fotolegenda o texto conota a fotografia, dando-lhe significados que ela não possuiria por si só” (SOUSA, 2001, p. 296).

A reportagem especial/dossiê, conforme a Folha de São Paulo em seu Manual de Redação (2010), requer extenso e minucioso levantamento de informações. Pode aprofundar um fato recém-noticiado ou revelar um fato inédito com ampla documentação e riqueza de detalhes.

O terceiro aspecto é a Caracterização Contextual, onde foi possível destacar o assunto principal do texto, o estilo da abordagem, quais valores-notícia de construção estão presentes no texto, os tipos de fontes consultadas, além de observações gerais sobre o texto. Onde foram observadas a caracterização visual, editorial e organizacional do G1 e a contextualização da conjuntura sócio-histórico-cultural do Censo 2022 e de sua cobertura.

3.2 DADOS NO JORNALISMO

Os dados no jornalismo podem servir como ferramentas com as quais uma notícia é contada, ou até as duas situações, assim como ter como sua principal fonte, os dados, conforme Gray (2012). Para o autor, como qualquer fonte, os dados devem ser tratados com ceticismo, assim como qualquer ferramenta, as informações devem moldar e restringir as reportagens que nós criamos estes dados.

Para dados robustos como o do Censo 2022, nos utilizamos do Jornalismo de Dados que pode ser entendido como uma forma de contar histórias com números, ou de encontrar histórias a partir deles (HOWARD, 2014). Entre as principais vantagens de associar os dados ao Jornalismo, podemos citar que estes dados não são influenciáveis a interesses particulares. Outra questão é o aumento da qualidade das produções, pois são apresentados outros formatos para a exibição das informações, como gráficos, infográficos, entre outros. Segundo Marques (2022), o amplo acesso à informação que é proporcionada pela internet, talvez por seu excesso e ritmo de dados de consumo dos dados, pode ser um problema.

Outro autor que contribui é Knight (2015), que explicita que o Jornalismo de Dados se relaciona diretamente com duas outras práticas do jornalismo: o uso de infográficos e a construção de Reportagens com Auxílio de Computador (RAC). Neste caso essa citação é importante, pois está contida na observação das notícias geradas pelo G1, na divulgação dos dados populacionais de todos os municípios brasileiros e nas 85 notícias que serão verificadas neste estudo.

O jornalismo de dados tem sua importância por meio da realização de tarefas como juntar informações, filtrar e visualizar o que está acontecendo além do que os olhos podem ver tem um valor crescente. Segundo Lorenz (2012) ter conhecimento sobre busca, limpeza e visualização de dados é transformador também para o exercício da reportagem. Se faz importante aos jornalistas o papel de construir uma posição forte apoiada por dados, o que pode modificar consideravelmente o papel do jornalismo.

Segundo Lorenz (2012), trabalhar com dados é como pisar em um vasto e desconhecido território. No primeiro momento, os dados brutos são intrigantes aos olhos e à mente. Esses dados são complicados, sendo bastante difícil moldá-los corretamente para a visualização. Todo este processo requer jornalistas experientes, que possuam energia para olhar aqueles dados brutos, por vezes confusos, por vezes chatos, e enxergar as histórias que poderão ser contadas através deles.

Conforme Barbosa e Torres (2013), o Jornalismo Guiado por Dados é aquele produzido com dados, os quais podem ser gerados e disponibilizados por uma diversidade de fontes públicas e privadas, como no caso desse

estudo, os dados do Censo 2022. As autoras apresentam as funcionalidades do Paradigma JDBD - Jornalismo Digital em Base de Dados.

Entre as mais de vinte funcionalidades sistematizadas para o Paradigma JDBD (BARBOSA, 2007, 2008, 2009), citamos as mais pertinentes para a discussão que aqui se estabelece: 1) integrar os processos de apuração, composição, documentação e edição dos conteúdos; 2) orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos; 3) regular o sistema de categorização e qualificação das distintas fontes jornalísticas, indicando a relevância delas; 4) habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o data mining⁷. Também assegurando a aplicação da técnica do tagging⁸; e 5) garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos.

O G1 utilizou-se desta base de dados e apresentou-os com design e formatos distintos para realizar a apresentação dos dados populacional por meio de uma narrativa jornalística e tirando partido de recursos variados para uma melhor apresentação e compreensão do público para o entendimento do Censo 2022 do IBGE.

3.3 JORNALISMO E TECNOLOGIA

O Jornalismo na terceira década do século XXI vem sendo desafiado, estimulado e até polemizado em seus aspectos éticos e de produção uma vez que a velocidade de circulação de notícias e de acontecimentos mudou abruptamente, devido ao aumento de informações disponibilizadas aos jornalistas em uma velocidade maior.

É fato que, desde a década de 1970, a informática invadiu as redações estabelecendo um marco de revolução no que se refere à tecnologia e ao jornalismo (MARCONDES FILHO, 2009).

O Jornalismo que anteriormente era apenas veiculado por meio de jornais, rádios, revistas e televisão, agora utiliza-se de plataformas online e com notícias em tempo real, nas 24 horas do dia. A velocidade de divulgação das notícias aumentou substancialmente. Assim surge o jornalismo digital, em que os átomos são substituídos pelos bits.

Ao contrário de todas as outras formas anteriores de jornalismo que eram, de uma maneira ou de outra, distribuídas, seja pela circulação do papel impresso seja pela difusão de ondas, o jornalismo digital precisa ser acessado pelo usuário. Tal diferença deve produzir modificações consideráveis nas estratégias de divulgação do produto,

a fim de gerar a demanda dos potenciais usuários. (MACHADO; PALACIOS, 1997, p.02)

Segundo Ioscote (2021), na contemporaneidade, o jornalismo é digital e o trabalho on-line requer novas habilidades por parte dos jornalistas, como o domínio de ferramentas tecnológicas para a busca de informações em base de dados e técnicas de visualização. Moretzsohn (2002) questiona se essa velocidade é mais uma concorrência entre os próprios profissionais da imprensa do que propriamente um ato de querer dos consumidores da informação. Sob a ótica do jornalismo, as mudanças relacionadas à tecnologia estão em debate há algumas décadas e propõem que o jornalista que quiser continuar no ofício precisa estar em constante atualização (LIMA; CAETANO, 2015).

Um desses caminhos pode ser a *Big Data*, que é um conjunto de dados volumosos ou tipos de dados não selecionados que, segundo Mayer-Schönberger e Cukier (2013), são gerados, colhidos e armazenados em grande escala que servem para extrair novas ideias e criar maneiras de valor e capital social, econômico e político, alterando diretamente a vida dos cidadãos e auxiliando nas decisões governamentais.

Cabe ressaltar que o existe um longo caminho a ser realizado para que a *Big Data* se torne parte do dia a dia do jornalismo e da população, mas isto está cada vez mais urgente, como explica o pesquisador Lima Junior (2015, p. 1):

[...] é preciso redesenhar o escopo profissional do produtor de informação de relevância social, o jornalista. Pois não se trata somente de colocar novas formas de se produzir e manipular dados em velhos processos e práticas jornalísticas, mesmo que sejam vencedoras ao longo do tempo. A prática repetida se encaixa "fórmulas de sucesso" (analogico -> digital) acontece desde o surgimento das redes computacionais, como a web, e é escamoteada, na atualidade, em virtude da grande profusão de inovações tecnológicas digitais conectadas, que trazem um ar de novidade, mas na estrutura carregam as mesmas características do "velho e bom jornalismo" tradicional.

Segundo Berti (2023), é importante distinguirmos o termo jornalismo em duas conjunturas, fazendo questão de abordar a diferenciação entre jornalismo e Jornalismo, não só em sua grafia e em sua semântica, mas também em suas próprias significações e interpretações contemporâneas.

Para o autor, o termo jornalismo, em sua concepção gramatical como substantivo comum, enfatiza sobre as mediações do dia a dia, feitas ou não com uma maneira de destaque e diferença, tratando das cotidianidades e do comum, também podendo ser mediado por uma gama maior de pessoas, não necessariamente por profissionais graduados.

Faz-se relevante assim, a discussão de temas como as redes sociais digitais, a produção de notícias com argumentação relacionada ao uso da IA e a adoção de algoritmos editoriais, como em estudos realizados por Marconi (2020).

A IA realiza suas ações através de algoritmos capazes de realizar tarefas complexas em velocidade surpreendente representam um desafio a ser explorado pelo Jornalismo. O conceito de IA é elaborado Silva (2020, p. 228).

Especificamente, Inteligência Artificial diz respeito a um conjunto de métodos lógicos que visam solucionar problemas com base em algoritmos que são treinados (através de *inputs*, entrada de dados) para compreender padrões, aprender com erros e se reconfigurar chegando a resultados (*output*) cada vez mais próximos do esperado. Então é importante notar que não estamos falando de uma máquina que pensa e sim que resolve problemas lógicos e é treinada neste sentido a partir da experiência (dados) que recebe.

O Jornalismo pode se utilizar da Inteligência Artificial (IA) como uma ferramenta. O termo Inteligência Artificial, segundo Berti (2023), foi apresentado pela primeira vez em 1956 durante uma conferência sobre Computação na *Dartmouth College* (em Hanover, estado de New Hampshire, Estados Unidos) pelos pesquisadores John McCarthy (1927-2011), Marvin Minsky (1927-2016), Alan Newell (1927-1992) e Herbert Simon (1916-2001).

Com o surgimento da IA, é perceptível que observar que ela se torna uma ferramenta para contribuir no aprimoramento de processos e práticas jornalísticas. Esses processos ao longo do tempo ganharam novas dimensões com vistas a elevada quantidade de dados digitais disponíveis no contexto da sociedade em rede (CASTELLS, 2000). Segundo Berti (2023), a IA e suas incríveis velocidades e multiplicidades de respostas atuam também em termos das evoluções e involuções acerca do que conhecemos sobre o Jornalismo e as mediações informacionais de notícias.

Para Zandomênic (2022), na mesma década do século XX (década de 1940) em que o sociólogo norte-americano Robert Park publicou um artigo no

Jornal Americano de Sociologia afirmando que o Jornalismo é uma forma de conhecimento, o primeiro experimento reconhecido como Inteligência Artificial foi desenvolvido nos Estados Unidos.

Atualmente a IA possibilita que através de algoritmos seja possível escrever notícias, uma atividade que até então era restrita aos humanos, que utilizavam técnicas específicas aprendidas nas graduações de Jornalismo e na prática diária da profissão. Segundo Zandomênic (2022), os algoritmos vieram para auxiliar no Jornalismo:

Mais ágeis em lidar com grandes quantidades de dados, os algoritmos também se destacam pela rapidez com que redigem. Isso significa que, em relação aos jornalistas, as IAs se sobressaem na agilidade da escrita e na interpretação de dados estruturados quando a tarefa é redigir uma notícia.

Graefe (2016) enfatiza que, embora os algoritmos viabilizem a divulgação de um fato por meio de dados, não têm capacidade de interpretar os motivos que provocaram o acontecimento e nem as consequências. Devido a essa incapacidade de interpretação dos dados o grande desafio de aliar o Jornalismo e a IA é o fato de buscar entender como o jornalista pode se fazer valer de tal ferramenta, sem perder a essência do Jornalismo. Cabe ressaltar que ainda é necessária a intervenção humana para dar à máquina uma referência precisa para que ela saiba o que procurar e sobretudo onde procurar, utilizando como base fontes confiáveis.

A IA já chegou a várias redações, para ajudar a traduzir textos, transcrever arquivos de áudio ou redigir textos básicos. Segundo a AFP (2023), as barreiras são difusas. No início deste ano, o site *Futurism* expôs a publicação de artigos produzidos parcialmente com a ajuda de IA no site de notícias de tecnologia *CNet*. Com sede nos Estados Unidos, o *CNet* não avisou aos seus leitores sobre a iniciativa. O episódio terminou com uma dezena de demissões no *CNet*, segundo o *Futurism*¹.

Segundo Rognetta (2023), os jornalistas estão obcecados com a grande síndrome da substituição tecnológica, mas não acredita que isso vá acontecer, pois, sozinhos, os robôs não são capazes de produzir artigos. Grande parte do trabalho jornalístico não pode ser delegado.

¹ Matéria disponível em: <<https://futurism.com/the-byte/cnet-publishing-articles-by-ai>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

Para os veículos de comunicação, um dos principais atrativos do uso da IA é a velocidade na qual essa tecnologia analisa e sintetiza dados para transformá-los em texto, gráficos e vídeos. O fator tempo é primordial para o Jornalismo uma vez que está diretamente ligado à veiculação da notícia em tempo real. Uma das consequências desta maior velocidade de uso dos dados é a agilidade na veiculação de notícias. Outro fator preponderante é o custo, uma vez que a substituição do jornalista, por uma máquina nas tarefas, faz com que ocorra a economia de salários, por parte das empresas jornalísticas.

4. O CENSO 2022 E O PROJETO DO G1

Partimos agora para a nossa base de dados e nosso objeto de estudo. Aqui serão apresentados o Censo 2022 do IBGE, o G1, que realizou as matérias a serem analisadas e o Projeto do G1, que utiliza a IA na apresentação dos dados do Censo 2022, para todos os municípios do país.

4.1 O CENSO 2022

Para se obter um conjunto de informações de uma determinada população é realizado periodicamente um censo populacional. Segundo o IBGE (2010) a palavra “censo” origina-se do latim *census*, que significa “conjunto dos dados estatísticos dos habitantes de uma cidade, província, estado, nação”.

No Brasil, o primeiro censo foi realizado em 1872 e consequentemente nos anos de 1890, 1900 e 1920 IBGE (2007). Em 1936 foi criado o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com a contribuição do renomado demógrafo italiano Giorgio Mortara. Deste momento em diante, os censos passaram a ocorrer com periodicidade decenal, iniciando-se no ano de 1940. Fonseca (2009), nos explicita como os dados do IBGE eram divulgados.

Até a metade da década de 1990, a grande maioria das informações produzidas pelo IBGE era publicada na forma de livros como tabelas, com tiragens restritas, e em formatos tradicionais. Hoje, os dados são disseminados de forma imediata pela Internet, que se tornou o principal meio para difundir informações das agências públicas. FONSECA, 2009, p. 552).

No ano de 2020, como tradicionalmente, na abertura de cada década, o Censo Demográfico estava previsto para ocorrer, mas devido à pandemia de Covid-19, que assolou o Mundo e o Brasil, o Censo foi postergado para o ano seguinte, conforme nota do IBGE (2020).

O Censo, então, ocorreria desta forma no ano seguinte, em 2021, mas por falta de orçamento do Governo Federal, precisou ser novamente adiado, uma vez que o IBGE (2021) teve retirado mais de 90% da verba prevista. O orçamento previsto ao órgão era de R\$ 2 bilhões, mas acabou sofrendo um corte de R\$ 1,76 bilhão, segundo o parecer final apresentado pelo relator-geral

da Comissão Mista Orçamentária (CMO) do Congresso Nacional, como divulgado em nota pelo IBGE (2021).

Dessa forma, o Censo Demográfico começou a ser realizado apenas em agosto de 2022 e foi finalizado apenas em maio de 2023, tendo a duração de 10 meses. O tempo ideal para a realização de um Censo Demográfico é de três meses. Os primeiros resultados divulgados do Censo 2022 foram divulgados em junho de 2023.

Iniciado em 1º de agosto de 2022, pelo IBGE, o IX Censo Demográfico e o XIII Censo Demográfico do país. Conforme o IBGE (2022), o Censo 2022 visitou cerca de 89 milhões de endereços, sendo 75 milhões de domicílios, onde moram cerca de 203 milhões de habitantes, nos 5.568 municípios do país (mais Distrito Federal e Distrito Estadual de Fernando de Noronha). O Censo 2022 tem dois objetivos: ampla cobertura e a qualidade das informações coletadas.

O Censo, segundo o IBGE (2022), foi respondido por meio de dois tipos de questionário, um básico, que contava com 26 quesitos, com blocos de perguntas para identificar o domicílio e coletar informações sobre moradores, características do domicílio, identificação étnico-racial, registro civil, educação, rendimento do responsável pelo domicílio e mortalidade e um questionário ampliado, respondido por cerca de 11% dos domicílios, que foram escolhidos aleatoriamente, que responderam a 77 quesitos que compreendem, além do questionário básico, perguntas a respeito de trabalho, rendimento, nupcialidade, núcleo familiar, fecundidade, religião ou culto, pessoas com deficiência, migração interna e internacional, deslocamento para estudo, deslocamento para trabalho e autismo.

Realizado a cada dez anos, mas neste caso em 12, o Censo Demográfico é a principal fonte de referência para o conhecimento das condições de vida da população. É por meio do Censo 2022 que sabemos quantos somos, como somos e de que forma vivemos nas áreas urbanas e rurais do país. O IBGE, através do Censo, realiza uma ampla coleta de dados sobre a população brasileira, permitindo dessa forma se traçar um perfil socioeconômico do país, uma vez que conta os habitantes do território

nacional, identificando suas características e revelando como vive a população brasileira.

O Censo é a principal base e fonte de informações sobre a população brasileira e uma das suas principais contribuições é o levantamento de dados sociais em níveis geográficos desagregados, como o bairro, por exemplo. Estes dados são especialmente relevantes pois, no período entre um censo e outro, não ocorrem pesquisas ou estudos oficiais que levante tantas informações sobre a população em aglomerações menores que o nível de município.

Portanto, segundo Januzzi (2018), conhecer a base populacional e as condições de vida da população são fatores fundamentais tanto para determinar o público-alvo e planejar a oferta dos serviços públicos como educação, saúde, assistência social e transferência de renda, como para a criação de critérios para as transferências de recursos entre as esferas governamentais.

Essa granularidade territorial do Censo Demográfico pode explicar, em alguma medida, a reconhecida focalização do programa Bolsa Família junto à população mais pobre (CAMPELLO; FALCÃO, 2014). Um exemplo da importância do levantamento é o mapeamento da população em extrema pobreza realizado nos Censos de 2000 e de 2010, que contribuiu para a realização de programas governamentais como o Bolsa Família, fazendo com que as ações de segurança alimentar e assistência social se dirigissem aos lares em situação de extrema pobreza na zona rural e nas periferias urbanas com alto nível de qualidade técnica e precisão, impactando iniciativas como o CadÚnico.

A importância do Censo Demográfico não se limita apenas à criação de políticas públicas. Segundo Piccolotto (2018), a pesquisa é de extrema importância também para a tomada de decisão até mesmo de empresas privadas e investidores. Como por exemplo, na seleção de locais para a instalação de fábricas, construção de lojas, a análise do perfil da mão de obra e do consumidor, tem por base, informações trazidas pelo Censo Demográfico.

O Censo se faz importante, pois ele é um dos critérios usados para calcular quanto dinheiro a União deve transferir a cada município do país. Estes dados são essenciais para o desenho e manutenção de políticas

públicas, além de servirem de parâmetro para várias obrigações do Estado, como o repasse de receitas para estados e municípios. Quanto menor for a população recenseada, menor será o valor de repasse por parte da União.

Algo a ser pensado futuramente é na combinação entre o Big Data e os censos, pois são informações altamente complementares e que o uso de cada uma dessas fontes de informação, se feito de forma adequada pelos veículos de comunicação, podem beneficiar enormemente seus usos, contribuindo para o melhor entendimento da dinâmica populacional no Brasil.

4.2 O PROJETO DO G1 COM OS DADOS DO CENSO 2022

O G1 (2006) foi fundado no dia 18 de setembro de 2006, quando entrou na rede mundial de computadores. Para sua operacionalização, foi criada uma estrutura híbrida que contava com profissionais, conhecimento e infraestrutura tanto do Jornalismo da TV Globo quanto do site Globo.com, que foi criado em 2000 pelo Grupo Globo, na época denominada Organizações Globo, para o provimento de serviços e conteúdo na internet.

O portal foi a primeira iniciativa de conteúdo jornalístico da Globo criada e pensada para o meio digital (G1, 2006). Embora os telejornais e programas da emissora possuíssem, em sua maioria, endereços na internet, suas equipes não eram dedicadas à produção de informação exclusiva. Por outro lado, o site Globo.com, já tinha investido na criação de alguns sites jornalísticos, mas nenhum deles estruturado com uma redação própria inteiramente dedicada à cobertura noticiosa em tempo integral.

Desde 2008 o Portal de Notícias lidera a audiência dos sites de notícias do Brasil. Atualmente, segundo a *Comscore*, o G1 atinge em média mais de 60 milhões de usuários por mês, conforme notícia veiculada no site Metrôpoles (2022).

O G1 (2023) desenvolveu um sistema que transformou em reportagens, de maneira automática, a divulgação dos dados oficiais do IBGE em todos os municípios brasileiros, realizado através de IA.

Figura 1 – Tela capturada com a matéria referente as reportagens com as populações dos 5.570 municípios brasileiros.



Fonte: G1 (2023).

Na divulgação destes resultados, o Portal de Notícias G1, do Grupo Globo, líder de audiência no Jornalismo digital no país, segundo a *Comscore* (2022), desenvolveu, por meio de uma ferramenta de Inteligência Artificial (IA)², de maneira automática, notícias que divulgaram os resultados do Censo do IBGE em forma de textos e gráficos, para todos os municípios do Brasil. Em etapa subsequente, conforme divulgado pelo G1 (2023), em seu site, as matérias geradas foram revisadas pela equipe de jornalistas do portal.

Nestas notícias automatizadas, conforme observado no G1 (2023), é possível se obter informações relacionadas à população de cada município; o quanto cada cidade tem de população em relação ao estado, à região e ao país; o número médio de moradores por residência e a densidade demográfica de cada município.

Todo este conteúdo gerado, segundo o G1 (2023), foi revisado pelos jornalistas do portal. Também foram inseridos vídeos de forma automática, com informações de cada estado nas reportagens.

Foi a primeira vez que o G1 adotou a tecnologia para dados do Censo. Esse tipo de serviço já havia sido utilizado pelo portal de notícias em outras duas oportunidades, em 2020, nas eleições municipais, e em 2022, nas eleições presidenciais. Nessas ocasiões, os textos mostravam os resultados da eleição em cada município no primeiro turno e, onde houve votação, no segundo turno.

² Dados divulgados por município em:

<<https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/g1-reportagens-ibge.ghtml#estado>>. Acesso em jul. 2023.

Segundo o G1 (2023), tanto no caso do Censo como no das eleições, os projetos contam com a colaboração de profissionais de diversas áreas da Globo. O trabalho realizado por estes jornalistas, assegura que os textos sejam gerados com as informações corretas extraídas das bases de dados do IBGE e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Em um primeiro momento, o G1 criou a base de um texto com as informações mais relevantes a serem levantadas após a apuração dos dados. Onde uma equipe ficou responsável por captar os dados do IBGE e outra, formada por engenheiros e cientistas de dados, com o apoio da área de Tecnologia, desenvolveu um sistema para permitir a publicação em formato de reportagem. Houve ainda integração com a área responsável pelo sistema de publicação do G1.

O coordenador de dados do G1, Ricardo Gallo, que enfatiza que “uma pessoa escreve esse texto, deixando em aberto os campos que vão ser inseridos por computador. Por exemplo, o município tem a população X e a variação em relação ao Censo de 2010 é Y”³.

Igor Costa, especialista em dados e IA do G1, relatou que

isso faz com que a gente tenha a oportunidade de explorar essas novas tecnologias que têm surgido no mercado, como a inteligência artificial generativa, por exemplo, e isso traz um mar de possibilidades para a gente trazer inovações para o jornalismo⁴.

Em etapa subsequente, segundo o G1 (2023), todos os textos foram revisados e complementados com mais informações, quando necessário, pelos jornalistas do portal, antes de serem publicadas as reportagens.

3 Matéria disponível em: <<https://www.baguete.com.br/noticias/28/06/2023/g1-automatiza-reportagens-sobre-o-censo>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

4 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/censo-do-ibge-taxa-de-crescimento-anual-da-populacao-brasileira-atinge-menor-nivel-da-historia.ghtml>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

5. ANÁLISE SOBRE A COBERTURA DO G1

Como etapa inicial do trabalho foi realizada a escolha do período das notícias no portal de notícias do G1 de 28 junho a 3 de julho, com um universo de 85 notícias selecionadas. Na etapa seguinte foram analisadas as marcas de apuração, as marcas de composição do produto e os aspectos do contexto de produção.

Das 85 notícias, a primeira delas é do dia 28 de junho, com o título “Censo do IBGE: taxa de crescimento anual da população brasileira atinge menor nível da história⁵” (2023). Nela, mostra-se que a população brasileira tem aumentado, mas no ritmo mais lento em 150 anos. A última notícia utilizada para este estudo no G1 foi do dia 3 de julho com o título “Censo do IBGE: saiba quais são as cidades do Centro-Oeste de MG com maior crescimento populacional⁶” (2023), que apresenta que Nova Serrana foi a cidade que mais cresceu em números absolutos, segundo o IBGE.

Com este universo de 85 notícias, são analisadas a seguir as marcas de apuração, as marcas de composição do produto e os aspectos do contexto de produção. Também foram observadas as matérias dos diagnósticos municipais, realizadas por meio da IA verificando como ocorreu a produção para o leitor e averiguar as marcas em comparação com as outras matérias sobre o tema.

5.1. MARCAS DE APURAÇÃO

Pegando como parâmetro a metodologia desenvolvida por Maia e Silva (2011), as marcas de apuração encontradas no G1 revelam que elas foram assinadas por repórteres locais (43 notícias) ou encontram-se sem assinaturas, apenas com a designação G1 (41 notícias) e tivemos uma matéria em parceria com a BBC.

5 Idem ao 4.

6 Link da matéria: <<https://g1.globo.com/mg/centro-oeste/noticia/2023/07/03/censo-do-ibge-saiba-quais-sao-as-cidades-do-centro-oeste-de-mg-com-maior-crescimento-populacional.ghtml>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

Quadro 2: Marcas de apuração das matérias.

Marcas de Apuração - Assinaturas	
Local (redação)	41
Correspondente	-
Enviado especial	-
Colaborador	43
Agência de notícias	1
Não assinado	-

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

Em relação ao local de apuração, se interno ou externo, todas as 85 matérias ocorreram de forma interna, não ocorrendo o deslocamento de equipes de reportagem aos locais designados, sendo realizadas tais ações apenas nas redações e através de entrevistas.

Dentre as 85 matérias, 41 possuem em sua assinatura o G1, com sua redação nacional, ou por estados, um exemplo pode ser verificado na Figura 2, mostrando uma matéria assinada pela Redação do G1, no estado de São Paulo.

Figura 2 – Tela capturada com a matéria assinada pela Redação do G1 – São Paulo⁷.



Fonte: G1 (2023).

Outras 43 notícias possuem em sua assinatura o nome de algum colaborador do G1, um exemplo pode ser verificado na Figura 3, mostrando uma matéria assinada pelo jornalista André Catto do G1.

⁷ Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/media-de-moradores-por-domicilio-encolhe-15percent-e-vai-a-279-em-2022-veja-numero-do-seu-estado.ghtml> >. Acesso em 26 out. 2023.

Figura 3 – Tela capturada com a matéria assinada por André Catto⁸, colaborador do G1.



Fonte: G1 (2023).

Apenas uma notícia foi gerada por um site externo que foi a BBC, relacionada ao Agro, tanto que é a única notícia gerada em tal editoria, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4 – Tela capturada com a matéria referente ao agro, realizada pela BBC, mas veiculada no G1⁹.



Fonte: G1 (2023).

8 Notícia disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/censo-do-ibge-taxa-de-crescimento-anual-da-populacao-brasileira-atinge-menor-nivel-da-historia.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

9 Notícia disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2023/06/28/potencia-do-agro-e-sertanejo-centro-oeste-cresce-mais-que-dobro-do-brasil-e-cumprer-sonho-de-jk.ghtml>>. Acesso 1 set. 2023.

Trabalhando-se com a origem da informação, terceiro parâmetro das marcas de apuração, observa-se que as origens de informação, são os dados divulgados pelo Censo 2022 do IBGE.

5.2. MARCAS DE COMPOSIÇÃO DO PRODUTO

Verificando-se agora o processo das marcas de composição do produto, desenvolvida por Maia e Silva (2011), identifica-se que em relação as 85 matérias, 74 são notícias propriamente ditas. Também foram encontradas nove (09) que são reportagens, uma entrevista e uma reportagem especial, que é referente ao podcast sobre o Censo 2022.

Quadro 3: Marcas de composição do produto.

Marcas de Composição – Gênero Jornalístico / Formato	
Nota	-
Notícia	74
Fotonotícia / Fotolegenda	-
Entrevista	1
Reportagem	9
Reportagem especial / dossiê	1

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

As 74 são notícias propriamente ditas encontram-se espalhadas na editoria de Economia e com o subtema do Censo. A Figura 5 apresenta um exemplo de notícia.

Figura 5 – Exemplo de notícia propriamente dita¹⁰, veiculada no G1.

¹⁰ Notícia Disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/centso/noticia/2023/06/28/centso-do-ibge-4-em-cada-10-cidades-do-pais-perderam-habitantes-desde-2010.ghtml>>. Acesso em 15 set. 2023.

ECONOMIA

CENSO

Censo do IBGE: 4 em cada 10 cidades do país perderam habitantes desde 2010

Dados apontam que 2.399 municípios do país tinham menos em 2022 do que na edição anterior da pesquisa. Em Rondônia, 75% dos municípios encolheram no período. Roraima e o DF são as únicas unidades da federação em que todas as cidades cresceram.

Por Clara Velasco, g1

28/06/2023 10h00 · Atualizado há um mês

Fonte: G1 (2023).

Também foi verificado que nove (09) das notícias possuem vinculação com reportagens, que foram veiculadas em diferentes telejornais do Grupo Globo, como os telejornais RJTV e RJ1 do Rio de Janeiro, AL2 de Alagoas, Bom dia Cidade (BDC) do interior do estado de São Paulo e Jornal Nacional, com reportagem em âmbito nacional. A Figura 6 apresenta um exemplo de reportagem do jornal AL 2, referente ao município de Satuba, em Alagoas.

Figura 6 – Tela capturada com reportagem do Telejornal AL2¹¹, de Alagoas em notícia vinculada no G1.



Censo do IBGE: Satuba quase dobra número de habitantes e tem a 8ª maior alta do país

Fonte: G1 (2023).

11 Reportagem disponível em: < <https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2023/06/28/satuba-al-quase-dobra-numero-de-habitantes-e-tem-a-8a-maior-alta-do-pais-segundo-o-censo-do-ibge.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Também foram encontradas uma entrevista com o ex-presidente do IBGE Sérgio Besserman, ao Canal GloboNews, que tratou do crescimento da renda per capita, devido ao crescimento populacional abaixo do previsto e uma reportagem especial, que é referente ao podcast sobre o Censo 2022. Estas duas notícias estão demonstradas na Figura 7 e na Figura 8.

Figura 7 – Tela capturada com entrevista com o Ex-Presidente do IBGE Sérgio Besserman¹².



Fonte: G1 (2023).

Figura 8 – Tela capturada com a matéria referente ao Podcast¹³ do Censo 2022.



Fonte: G1 (2023).

12 Entrevista disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/renda-per-capita-tende-a-aumentar-diz-ex-presidente-do-ibge-sobre-crescimento-populacional-abaixo-do-previsto.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

13 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2023/06/29/censo-do-ibge-o-que-e-o-bonus-demografico-e-por-que-o-brasil-precisa-correr-contr-o-tempo-para-aproveita-lo-e-se-desenvolver.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Para a localização do texto no veículo, foram analisados a editoria, a categoria e o caderno onde se encontram. Foi observado que as 85 matérias se encontram em editorias. Estas foram conforme a editoria e subeditoria a qual estão atreladas. As 85 matérias encontram-se subdivididas da seguinte forma:

Quadro 4: Marcas de composição, local do texto.

Editoria	Subeditoria	Total
Agro	-	1
Economia	-	1
	Censo	20
Estados	Acre	4
	Alagoas	7
	Amazonas	3
	Goiás	1
	Pará	1
	Pernambuco	5
	Piauí	7
	Rio de Janeiro	8
	Roraima	2
	São Paulo	1
	Sergipe	2
Regiões de Estados	Bauru e Marília (SP)	4
	Centro-Oeste (MG)	6
	Itapetininga e Região	1
	São José do Rio Preto e Araçatuba (SP)	3
	Sorocaba e Jundiaí (SP)	1
	Triângulo e Alto Parnaíba (MG)	6
Podcasts	O Assunto	1

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

Assim observa-se que tivemos cinco (05) editorias (Agro, Economia, Estados, Regiões de Estados e Podcasts). Economia tratou de 21 matérias como na Figura 9.

Figura 9 – Tela capturada com a matéria referente ao tema Economia¹⁴.



Matérias relacionadas a temas de escala estadual foram 41, conforme a Figura 10 e de escala de regiões de estados foram 21, como o exemplo na Figura 11 e tivemos também uma relacionada ao agro (já apresentado na Figura 4) e um podcast (já apresentado na Figura 8).

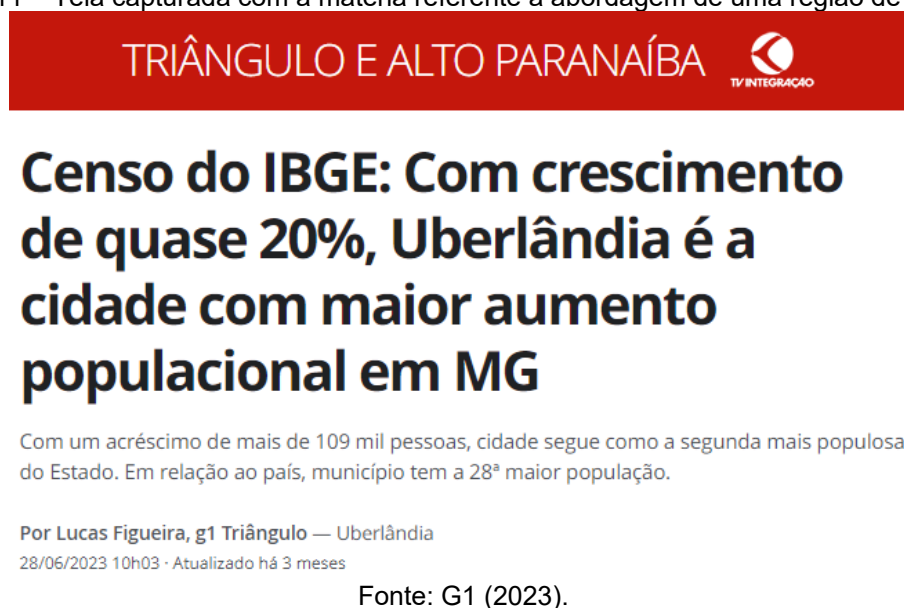
Figura 10 – Tela capturada com a matéria referente à abordagem estadual¹⁵.



14 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/06/28/presidente-do-ibge-sobre-defasagem-na-contagem-da-populacao.ghtml>>. Acesso 26 out. 2023.

15 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2023/06/28/censo-2022-populacao-do-acre-cresce-1315percent-em-12-anos-mas-estado-e-o-3a-menos-populoso-do-brasil.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Figura 11 – Tela capturada com a matéria referente à abordagem de uma região de estado¹⁶.



Depois foram catalogados os recursos visuais presentes nas matérias analisadas. Percebe-se que todas as 85 matérias possuem *hiperlinks* que interligam a outras matérias, vinculadas ao Censo 2022. Do total, 71 das matérias contam com fotografias, 30 possuem gráficos, 26 apresentam infográficos e 42 vídeos. Em menor quantidade observou-se imagens não fotográficas em sete (07) matérias.

Quadro 5: Marcas de composição do produto – recursos visuais.

Marcas de Composição – Recursos Visuais	
Gráficos	30
Infográficos	26
Fotografia	71
Vídeos	42
Hiperlinks	85
Boxes	-
Imagem não fotográfica	7
Animações, entre outros	-

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

A seguir serão apresentados exemplos de matérias com fotografias (Figura 12), gráficos (Figura 13), infográficos (Figura 14), vídeos (Figura 15) e imagens não fotográficas (Figura 16).

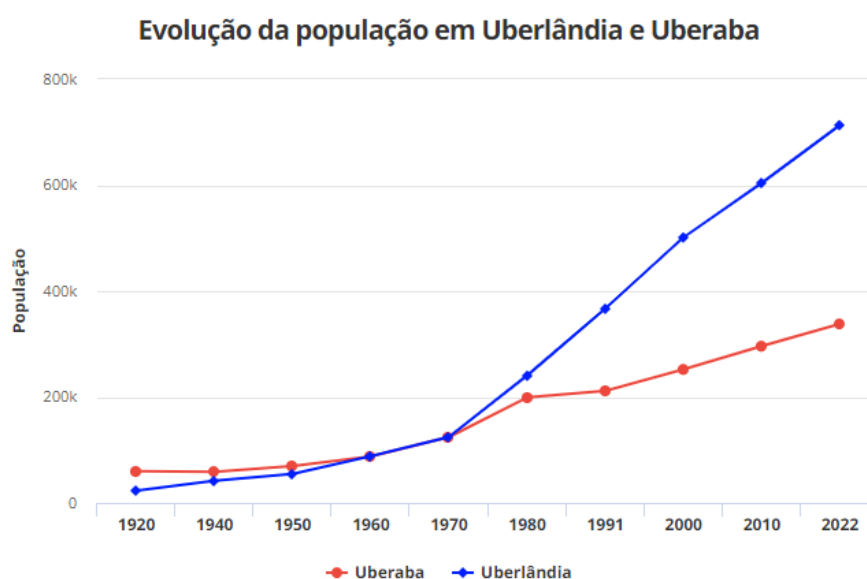
¹⁶ Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2023/06/28/censo-do-ibge-com-crescimento-de-quase-20percent-uberlandia-e-a-cidade-com-maior-aumento-populacional-em-mg.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Figura 12 – Tela capturada com matéria apresentando fotografia¹⁷.



Fonte: G1 (2023).

Figura 13 – Tela capturada com matéria apresentando gráfico¹⁸.

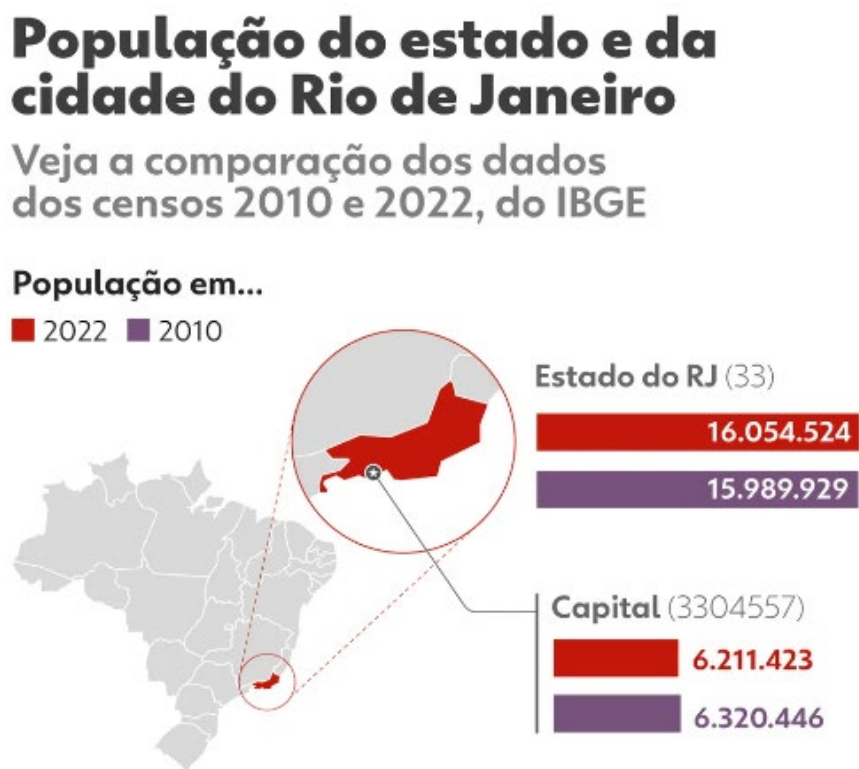


Fonte: G1 (2023).

17 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2023/06/29/censo-do-ibge-por-que-cidades-como-recife-e-olinda-encolheram-veja-o-que-dizem-especialistas.ghtml>>. Acesso em 23 out. 2023.

18 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2023/06/30/em-100-anos-cidades-invertem-numeros-e-uberlandia-mais-que-dobra-a-populacao-em-relacao-a-uberaba.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Figura 14 – Tela capturada com matéria apresentando infográfico¹⁹.



Fonte: G1 (2023).

Figura 15 – Tela capturada com matéria apresentando vídeo²⁰.



Censo 2022: Amazonas

Fonte: G1 (2023).

19 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/06/28/populacao-do-rj-cresce-040percent-em-12-anos-e-chega-a-16054524-habitantes-diz-censo.ghtml>>. Acesso em 23 out. 2023.

20 Matéria disponível em: <<https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2023/06/28/censo-2022-populacao-do-amazonas-cresce-1312percent-em-mais-de-10-anos-aponta-ibge.ghtml>>. Acesso em 25 out. 2023.

Figura 16 – Tela capturada com matéria apresentando imagem não fotográfica²¹.



Fonte: G1 (2023).

Importante salientar que as matérias apresentam um ou mais elementos de marcas de composição do produto, fazendo uma junção por exemplo de Vídeo, Gráfico, Infográfico ou Vídeo, Foto, Imagem não fotográfica, ou Foto e Infográfico. A maioria das matérias que contavam apenas com fotografia, são as de escala municipal.

5.3. ASPECTOS DO CONTEXTO DE PRODUÇÃO

O terceiro aspecto a ser analisado utilizando-se do protocolo metodológico da ACJ é o de contexto da produção. Ele serve para abordar tanto o contexto interno da redação do G1, como o contexto externo da cobertura e da conjuntura sócio-histórico-cultural em que está inserido.

A cobertura do G1, sobre os dados do Censo 2022, neste trabalho se estende do dia 28 junho ao dia 3 de julho, em um período de seis dias, com um universo de 85 matérias produzidas.

²¹ Matéria disponível em: < <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/06/29/conhecida-como-formigueiro-das-americas-sao-joao-de-meriti-perdeu-habitantes-mas-segue-como-a-mais-densa-do-rj-e-a-3a-do-brasil.ghtml>>. Acesso em 20 out. 2023.

Quadro 6: Publicações por dia, no período analisado.

Marcas do Contexto de Produção – Dia da divulgação	
Dia	Matérias produzidas
28 de junho	64
29 de junho	13
30 de junho	3
1º de julho	3
2 de julho	1
3 de julho	1

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

É possível observar que das 85 matérias produzidas no período, 64 foram realizadas no dia 28 de junho, dia de divulgação dos dados do Censo 2022 do IBGE, o que demonstra a rapidez do portal, na divulgação dos resultados.

Sobre o restante das notícias, 13 foram geradas em 29 de junho, depois o número de notícias reduziu drasticamente, tendo três notícias nos dias 30 de junho e 1º de julho, cada e uma notícia no dia 2 de julho e uma no dia 3 de julho. Os exemplos de notícias veiculadas nestes dias, estão apresentadas a seguir.

Figura 17 – Tela capturada com a matéria de 28 de junho²².



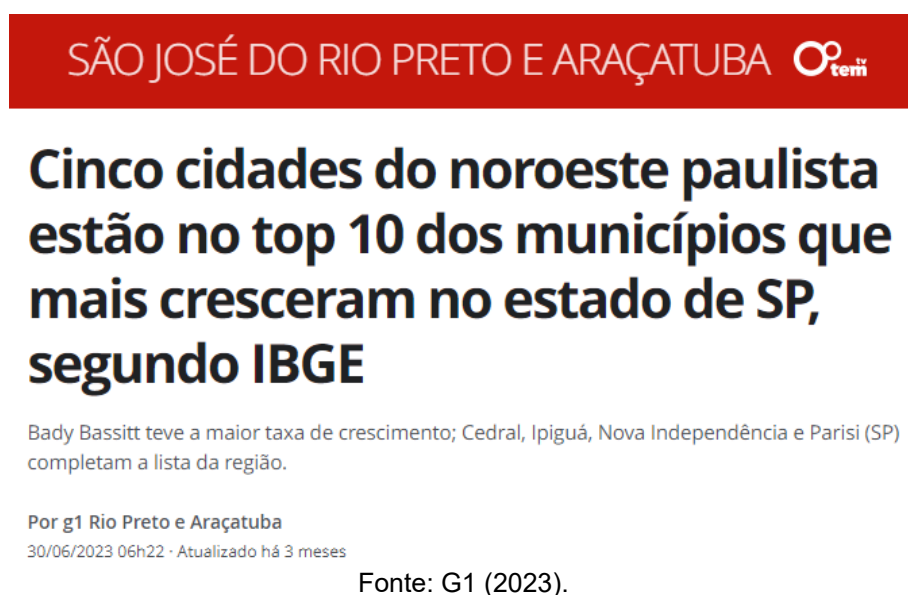
Fonte: G1 (2023).

²² Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/06/28/censo-do-ibge-confira-a-populacao-atualizada-dos-224-municipios-do-piaui.ghtml>>. Acesso em 20 out. 2023.

Figura 18 – Tela capturada com a matéria de 29 de junho²³.



Figura 19 – Tela capturada com a matéria de 30 de junho²⁴.



23 Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2023/06/29/maior-em-extensao-territorial-joao-pinheiro-tem-populacao-menor-que-75-cidades-de-mg.ghtml>>. Acesso em 14 out. 2023.

24 Notícia disponível em:< <https://g1.globo.com/sp/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/noticia/2023/06/30/cinco-cidades-do-noroeste-paulista-estao-no-top-10-municipios-que-mais-cresceram-no-estado-de-sp-segundo-ibge.ghtml>>. Acesso em 24 out. 2023.

Figura 20 – Tela capturada com a matéria de 1º de julho²⁵.Figura 21 – Tela capturada com a matéria de 2 de julho²⁶.

25 Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/07/01/sao-paulo-rio-salvador-veja-onde-estao-as-grandes-diferencas-entre-as-estimativas-de-2021-e-os-dados-do-censo-do-ibge.ghtml>>. Acesso em 24 out. 2023.

26 Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/07/02/infografico-mostra-evolucao-do-brasil-desde-o-primeiro-censo-em-1872.ghtml>>. Acesso em 25 out. 2023.

Figura 22 – Tela capturada com a matéria de 3 de julho²⁷.



5.4. MATÉRIAS REALIZADAS PELA IA

Buscando analisar as notícias realizadas pelo G1, com auxílio da IA, estas possuem um padrão genérico onde apresentam informações referentes a população de cada município, o quanto cada cidade tem de população em relação ao estado, à região e ao país, o número médio de moradores por residência em cada município e a densidade demográfica de cada município.

Segundo o G1 (2023), este sistema desenvolvido pela Globo exhibe, de maneira automática, os dados do Censo do IBGE em forma de textos, revisados pelos jornalistas do portal. A forma de pesquisa se apresenta na Figura 23.

²⁷ Notícia disponível em: < <https://g1.globo.com/mg/centro-oeste/noticia/2023/07/03/censo-do-ibge-saiba-quais-sao-as-cidades-do-centro-oeste-de-mg-com-maior-crescimento-populacional.shtml>>. Acesso em 13 out. 2023.

Figura 23 – Tela capturada para consulta de diagnóstico municipal.

Digite o nome da cidade			
Cidade	UF	População em 2022	Link para a matéria completa
Alta Floresta D'Oeste	RO	21.495	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-alta-floresta-d-oeste-ro-e-de-21-495-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml
Ariquemes	RO	96.833	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-ariquemes-ro-e-de-96-833-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml
Cabixi	RO	5.363	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-cabixi-ro-e-de-5-363-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml
Cacoal	RO	86.895	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-cacoal-ro-e-de-86-895-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml
Cerejeiras	RO	15.890	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-cerejeiras-ro-e-de-15-890-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml
Colorado do Oeste	RO	15.663	https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2023/06/28/populacao-de-colorado-do-oeste-ro-e-de-15-663-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml

Fonte: G1 (2023).

Ao digitar o nome de um município e clicar no link, o leitor é encaminhado para uma notícia com os dados do município o qual deseja. Na Figura 24, está apresentado a notícia sobre o município de Rio Grande, RS, meu local de nascimento.

Figura 24 – Tela capturada de notícia gerada pela IA²⁸, do município de Rio Grande, RS.

RIO GRANDE DO SUL 

População de Rio Grande (RS) é de 191.900 pessoas, aponta o Censo do IBGE

O IBGE divulgou nesta quarta-feira (28) os primeiros resultados do Censo Demográfico de 2022. Confira os números da sua cidade.

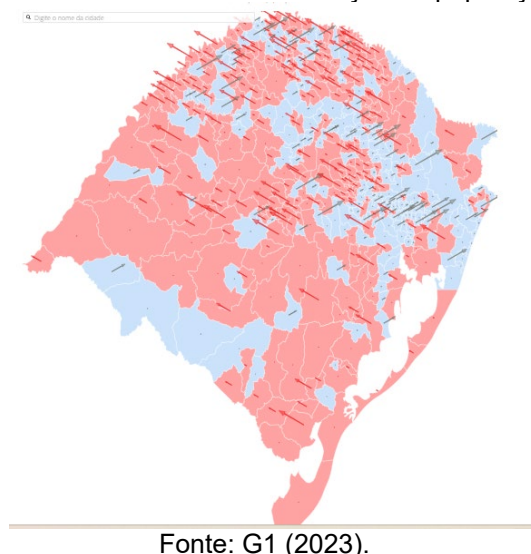
28/06/2023 12h16 · Atualizado há 3 meses

Fonte: G1 (2023).

A notícia gerada apresenta um vídeo gerado apresentando os dados do estado ao qual pertence o município, assim como um infográfico do estado, mostrando os municípios que tiveram aumento ou redução de suas populações, conforme a Figura 25.

28 Notícia disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2023/06/28/populacao-de-rio-grande-rs-e-de-191-900-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml>>. Acesso em 26 out. 2023.

Figura 25 – Tela capturada de infográfico gerado para os municípios do Rio Grande do Sul, RS, relacionado ao aumento ou redução da população.



A notícia gerada pela IA apresenta o número de habitantes do município no Censo 2022, falando se houve aumento ou diminuição da população em relação ao Censo 2010.

Também são apresentadas na notícia, o ranking de população do município, em relação ao seu estado, a sua região e no Brasil. Na parte final ela apresenta a densidade demográfica e a média de moradores por residência. Na parte final a notícia dá uma breve explicação sobre o Censo.

5.5. ANÁLISE GERAL, OBSERVAÇÕES E RESULTADOS

Para podermos realizar a análise geral, do *corpus* da pesquisa que são as 85 matérias geradas sobre o tema, entre os dias 28 de junho e 3 de julho de 2023, assim como as notícias geradas por IA, que realizaram os diagnósticos dos municípios brasileiros, faremos um paralelo entre elas.

Conforme Gray (2012) sugere, os dados foram tratados inicialmente com ceticismo, assim como qualquer ferramenta, para que as informações devessem se moldar e estar restritas às reportagens criadas com os dados do Censo 2022.

Conforme Guerra (2000) para a análise de cobertura, o fator operacional pode ser abordado a partir de três dimensões: normativa, técnica e organizacional. Na ACJ elaborada por Maia e Silva (2011) é analisada a dimensão organizacional, mas também parâmetros da dimensão técnica pois

estas são perceptíveis no produto, em aspectos diretamente vinculados às técnicas e às práticas específicas como as de produção das notícias do G1, objeto deste estudo.

Para a dimensão organizacional, foram observadas as marcas de apuração, onde sobre o local de apuração, todas as 85 matérias ocorreram de forma interna, não ocorrendo o deslocamento de equipes de reportagem aos locais designados, sendo realizadas tais ações apenas nas redações e através de entrevistas.

Sobre a assinatura em 43 das notícias a assinatura possui o nome de algum colaborador do G1 e em 41 das notícias o G1, com sua redação nacional, ou por estados.

Importante salientar que em relação a origem da informação, terceiro parâmetro das marcas de apuração, observa-se que a fonte de informação, são originárias dos dados divulgados pelo Censo 2022 do IBGE.

Para a dimensão técnica, referente as marcas de composição do produto foram identificadas que em relação as 85 matérias, 74 são notícias propriamente ditas. Também foram encontradas nove (09) reportagens, uma entrevista e uma reportagem especial, que é referente ao podcast sobre o Censo 2022. Já sobre a localização do texto, eles encontram-se em cinco (05) editoriais (Agro, Economia, Estados, Regiões de Estados e Podcasts).

Relacionado a utilização de recursos visuais nas matérias analisadas, percebe-se a presença de *hiperlinks* em todas elas, que interligam a outras matérias, vinculadas ao Censo 2022. Do universo de 85 notícias, 71 contam com fotografias, 30 possuem gráficos, 26 apresentam infográficos e 42 vídeos. Em menor quantidade observou-se imagens não fotográficas em sete (07) matérias.

Sobre os aspectos do contexto de produção, a cobertura do G1, sobre os dados do Censo 2022, ocorreu do dia 28 junho, dia que os dados foram divulgados, até o dia 3 de julho, em um período de seis dias, com um universo de 85 matérias produzidas. No período, 64 foram realizadas no dia 28 de junho, dia de divulgação dos dados do Censo 2022 do IBGE, o que demonstra a rapidez do portal, na divulgação dos resultados.

Sobre o restante das notícias, 13 foram geradas em 29 de junho, depois o número de notícias reduziu drasticamente, tendo três notícias nos dias 30 de junho e 1º de julho, cada e uma notícia no dia 2 de julho e uma no dia 3 de julho.

Em relação às notícias que foram geradas por meio da IA para o diagnóstico municipal, conforme nos aponta Knight (2015), o Jornalismo de Dados se relaciona diretamente com duas outras práticas do jornalismo: o uso de infográficos e a construção de Reportagens com Auxílio de Computador (RAC). Nelas observou-se que a notícia gerada, seja qual for o município a ser apresentado, possui vinculado um vídeo que apresenta os dados do estado ao qual pertence o município, assim como um infográfico desse estado, mostrando os municípios que tiveram aumento ou redução de suas populações.

A utilização de dados no jornalismo se faz valer de tarefas como juntar informações, filtrar e visualizar os fatos que ocorrem. Conforme Lorenz (2012) a busca, a limpeza e a visualização de dados é algo transformador para o exercício da reportagem. Assim o jornalista deve buscar expertise em trabalhar com dados brutos, buscando criar notícias que poderão ser contadas através deles.

O papel da IA como ferramenta para ajudar nesse processo permite que se trabalhe com uma base de dados extensa como a do Censo 2022 do IBGE e se realize notícias automatizadas dos 5.570 municípios brasileiros em uma velocidade maior do que a que o G1 necessitaria para realizar com suas equipes em todo o país.

Percebe-se que a IA pode ser uma aliada para realização de um conjunto de notícias em um formato padrão, que se utiliza uma grande base de dados, mas é necessário frisar que deve continuar existindo a participação dos jornalistas, no caso das matérias geradas por IA, na sua e complementação das informações se necessárias.

Assim a IA contribuiu para qualificar essa cobertura em uma realização de tarefas entregues em um prazo menor, do que o necessário se tivéssemos que elaborar as 5.570 notícias, de todos os municípios do país, por meio de equipes de jornalismo.

Comparando-se as marcas de composição, de apuração e de caracterização contextual das matérias geradas pela IA com as 85 matérias jornalísticas percebe-se que as realizadas com IA apresentam um modelo padrão, que apenas demonstra os dados e avalia o crescimento ou a redução de população nos municípios. Enquanto nas 85 notícias, o que temos são diversos temas a serem apresentados em diferentes estados e municípios através das editorias do G1.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Jornalismo deve assumir responsabilidade por suas ações e até mesmo por suas omissões, devendo sempre informar ao público de que forma os dados utilizados em uma cobertura jornalística foram coletados e buscar apresentá-los de forma didática à população.

Nesta pesquisa avaliou-se como problema de pesquisa a observação de que forma o G1 utilizou-se dos dados do Censo 2022, para a realização de suas reportagens, entre os dias 28 de junho e 3 de julho de 2023. Desta forma, verificou-se a cobertura jornalística do G1, por meio das reportagens sobre os resultados do Censo 2022, no universo de 85 notícias, mostrando como o portal se utilizou dos dados. Outro fato que foi observado foi o da utilização da Inteligência Artificial (IA), em matérias automatizadas dos municípios e estados brasileiros, verificando a forma de apresentação destas notícias, criadas pela IA.

Para o método de investigação, além de uma pesquisa teórica sobre temas como a cobertura jornalística, o jornalismo de dados e jornalismo e tecnologia, buscou-se como a metodologia central utilizada a da Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), que foi utilizada para verificar de que forma ocorreu a cobertura do G1, nos resultados do Censo 2022 do IBGE.

A ACJ, proposta por Silva e Maia (2011), permite examinar uma cobertura jornalística por meio das marcas que a produção jornalística deixa nele, encarregando-se de fornecer uma abordagem mais global do processo jornalístico.

O objetivo principal desta pesquisa de avaliar a cobertura jornalística na apresentação dos dados do Censo 2022, por meio de 85 notícias publicadas entre 28 de junho de 2023 e 3 de julho de 2023, utilizando-se da ACJ foi atingido com êxito, uma vez que foi possível observar, utilizando-se da ACJ, como as diversas editorias do portal de notícias estruturaram as 85 matérias realizadas utilizando-se desta fonte de dados e seus desdobramentos.

O método da Análise de Cobertura Jornalística, elaborado por Maia e Silva (2011) atendeu como metodologia de análise para responder aos objetivos da pesquisa. Os procedimentos através dos quais essa metodologia aborda o fazer jornalístico de forma mais abrangente com as marcas de apuração, marcas de composição do produto e aspectos do contexto de produção, atenderam adequadamente os objetivos deste trabalho, de analisar como o G1 aborda acontecimentos pertencentes a panoramas mais complexos e maiores do que apenas verificar os dados sem qualquer análise.

A metodologia por ser originalmente pensada para textos impressos, precisou ser adaptada, mas provou-se ser pertinente para os objetivos desta pesquisa.

A busca de validar a hipótese de que a cobertura jornalística do G1 pode não ter explorado todo o seu potencial para apresentar os resultados do Censo 2022, foi validada, uma vez que dentro deste universo de 85 notícias, foram encontradas notícias das regiões Centro-Oeste, Norte, Nordeste e Sudeste e não foram encontradas notícias de estados da região sul do Brasil. O veículo por sua capilaridade deveria ter inserido suas equipes de todas as regiões do Brasil para noticiar os dados do Censo 2022.

Assim se percebeu que a utilização do Jornalismo de Dados ainda não é bem aproveitada para fomentar debates na sociedade a respeito de temas relevantes para o público, como o do conhecimento da população, realizado pelo IBGE.

É possível afirmar que a cobertura jornalística dos resultados do Censo 2022, por parte do G1, trouxe visibilidade para algumas situações decorrentes em alguns municípios e estados brasileiros.

Espera-se que esse trabalho possa contribuir tanto para os estudos de jornalismo de dados, como também à metodologia empregada a ACJ,

entendendo que ocorre, igualmente, uma necessidade de se desenvolver métodos de análise do jornalismo elaborados dentro do próprio campo.

Devido às limitações de tempo, de escopo e da própria delimitação do *corpus*, por se tratar de um Trabalho de Conclusão de Curso, essa pesquisa possui diversos pontos que poderão ser mais bem examinados por pesquisadores em um momento futuro, do mesmo modo que publicações anteriores realizadas por outros pesquisadores em jornalismo, contribuíram a este trabalho.

Com esta análise comparativa das 85 notícias sobre o Censo 2022 publicadas no G1, por meio da ACJ é possível analisar as coberturas jornalísticas, com suas estratégias de apuração, composição e angulação e que elas configuram um mesmo tema em diferentes parâmetros, como escala de observação, se de um município, região de um estado, de um estado, ou do país.

Ao se revelar aspectos das marcas de apuração, de composição do produto e os aspectos do contexto de produção a respeito de um tema-problema, como o Censo 2022, tratado pelo G1, este exercício quer pontuar que o fenômeno jornalístico se mostra não somente como o lugar em que o acontecimento se transforma em texto, mas também como a prática que transforma dados e os torna notícias, demonstrando que o jornalismo pode sim ser ator desse acontecimento.

Por fim, a IA se mostrou como aliada para ser utilizada como ferramenta no processo de geração das matérias referentes aos 5.570 municípios brasileiros, pois auxiliou, dando uma velocidade maior de divulgação dos resultados do Censo 2022, realizando as notícias automatizadas. Mas é importante salientar que o papel do jornalista ainda deve ser o de verificar a utilização desta ferramenta e contribuir com a revisão e a complementação de dados, para que a cobertura jornalística venha a ser com dados fidedignos.

7. REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- AGENCE FRANCE-PRESSE - AFP. **Inteligência artificial, nova fronteira ou tumulto para o jornalismo?** AFP. Estado de Minas. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2023/03/15/interna_internacional,1468967/inteligencia-artificial-nova-fronteira-ou-tumulo-para-o-jornalismo.shtml>.2023. Acesso em: 13 jul.2023.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Faculdade de Comunicação. Salvador, 2007.
- BARBOSA, Suzana. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística. In: **Textual & Visual Media. Revista de la Sociedad Española de Periodística**. vol. 1, Madrid, 2008, p. 87-106.
- BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: FLORES VIVAR, J. M.; RAMÍREZ, F. E. (Ed.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid: Editorial Fragua, 2009. p. 271-283.
- BARBOSA, S. A.; TORRES, V. O paradigma “Jornalismo Digital em Base de Dados”: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 25, p. 152-164, jun. 2013. Acesso em: jun. 2023.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** Teresina: EdUESPI, 2023.
- CAMPELLO, T.; FALCÃO, T. Fim da miséria é só o começo. In: CAMPELLO, T.; FALCÃO, T.; COSTA, P. V. (Org.). **O Brasil Sem Miséria**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social, 2014. p.793-822.
- CARLSON, Matt. The Robotic Reporter. **Digital Journalism**, 2014. DOI: 10.1080/21670811.2014.976412. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976412>>. Acesso em jul. de 2023.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO – EBC. **Manual de Jornalismo da EBC.** Somente a Verdade. EBC. Brasília, 2013.

Folha de S. Paulo. **Manual da redação da Folha de São Paulo.** 15. Ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

FONSECA, Silvia Maia. Mídia – uma ponte para ligar o IBGE com a sociedade. In: SENRA, Nelson. **Histórias das Estatísticas Brasileiras**, v. 4, Estatísticas formalizadas (1972-2002). Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

G1. Portal de Notícias da TV Globo. **Institucional.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/institucional/sobre-o-g1.ghtml>>. 2006. Acesso em: 20 jun. 2023.

G1. Portal de Notícias da TV Globo. Economia. Censo. Fique por dentro. **G1 publica reportagens com a população atualizada de todos os 5.570 municípios brasileiros no Censo do IBGE**; consulte sua cidade. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2023/06/28/g1-reportagens-ibge.ghtml#projeto>>. 2023. Acesso em: 29 jun. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 206 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GRAEFE, A.; HAIM, M.; BROSIUS, H. B. Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise and readability. **Sage Journals**. V, 19, n. 5, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3nH3wUW>. Acesso em: jul. 2023.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy. **The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News.** O'Reilly Media, 2012.

HOWARD, A. B. **The Art and Science of Data-driven Journalism.** Tow Center for Digital Journalism, Nova Iorque, Nova Iorque, Estados Unidos, 3 de dezembro de 2014. Disponível em: <<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censos 2007.** História. Contagem da População. [on-line] disponível em: <http://censos2007.ibge.gov.br/hist_contagem.shtm>. Acesso jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE sai em defesa do orçamento do Censo 2021. IBGE. **Agência de Notícias.** Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30350-ibge-sai-em-defesa-do-orcamento-do-censo-2021>>. 2021. Acesso em: 28 jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Guia para Jornalistas – Censo 2022.** Ministério da Economia: Rio de Janeiro, 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010.** Materiais. Guia do Censo. Apresentação. Disponível em :<[https://censo2010.ibge.gov.br/materiais/guia-do-censo/apresentacao.html#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20o%20Censo,por%208.514.876%20C599%20km%C2%B2\).](https://censo2010.ibge.gov.br/materiais/guia-do-censo/apresentacao.html#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20o%20Censo,por%208.514.876%20C599%20km%C2%B2).>)> 2010. Acesso em: 30 jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2020 adiado para 2021**. Disponível em: <ibge.gov.br/novo-portal-destaques/27161-censo-2020-adiado-para-2021.html>. 2020. Acesso 30 jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Nota sobre votação do Orçamento 2021**. Comunicados. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/novo-portal-destaques/30375-nota-sobre-votacao-do-orcamento-2021.html>>. 2021. Acesso em: 30 jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. De 2010 a 2022, população brasileira cresce 6,5% e chega a 203,1 milhões. IBGE. **Agência de Notícias**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37237-de-2010-a-2022-populacao-brasileira-cresce-6-5-e-chega-a-203-1-milhoes>>. Acesso em: 30 jun. 2023.

IOSCOTE, F. C. (2021). Jornalismo e inteligência artificial: tendências nas pesquisas brasileiras entre 2010 e 2020. **Novos Olhares**, 10(2), 162-182. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2021.188912>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

JANNUZZI, P. M. **Monitoramento e avaliação de programas sociais**: uma introdução aos conceitos e técnicas. Campinas: Alínea, 2016.

JANNUZZI, P. de M. A importância da informação estatística para as políticas sociais no Brasil: breve reflexão sobre a experiência do passado para considerar no presente. **Revista Brasileira de Estudos de População**, [S. l.], v. 35, n. 1, p. 1–10, 2018. DOI: 10.20947/S0102-3098a0055. Disponível em: <<https://rebep.emnuvens.com.br/revista/article/view/1181>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

KNIGHT, M. **Data journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content**. Journal of Media Practice, Preston, Lancashire, Inglaterra, vol. 16, n. 1, 3 de março de 2015.p. 55-72.

LACOSTE, Yves. A pesquisa e o trabalho de campo: um problema político para os pesquisadores, estudantes e cidadãos. **Revista Heródote**, nº 8, out./dez. páginas 3 à 20, 1977. In: Boletim Paulista de Geografia, v. 84, p. 77-92, 2006.

LEE, Kai-Fu. **Inteligência Artificial – como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019.

LIMA, M. R., CAETANO, K. E. (2015). Implicações epistemológicas da pesquisa sobre novas práticas jornalísticas: Por onde começar? **Revista FAMECOS**, 22(3), 61-76. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2015.3.19898>

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. **Big Data e o jornalismo: datasets, APIs, algoritmos e sensores**. ComCiência (UNICAMP), v.170, p. 1-7, 2015.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Manual do jornalismo na internet**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm>. Acesso em: 15 jul. 2023.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

MARCONDES FILHO, C. (2009). **Ser jornalista**: O desafio das tecnologias e o fim das

ilusões. Paulus.

MARCONI, F. **Newsmakers**: Artificial intelligence and the future of journalism. Columbia University Press. 2020.

MARQUES, Claudio Faria. “**Os números falam por si mesmos**”: uma análise da comunicação de dados estatísticos do IBGE. 2022. 423 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor e CUKIER, Kenneth. **Big Data**: a Revolution that will Transform how we Live, Work, and Think. Boston (MA), EUA: Eamon Dolan/HMH. 2013.

MCLUHAN. H.M. **Understanding Media: The Extensions of Man**. New York: The New American Library, 1964.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ed. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2003.

METRÓPOLES. Metrôpoles chega ao 2º lugar dos portais de notícias mais acessados do país. Metrôpoles. **Imprensa**. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/imprensa/metropoles-chega-ao-2o-lugar-dos-portais-de-noticias-mais-acessados-do-pais>>. 2022. Acesso em: 2 jul. 2023.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**. O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro, Revan, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Manual de laboratório de jornalismo na Internet** / Marcos Palacios, Beatriz Ribas; prefácio: Elias Machado. - Salvador: EDUFBA, 2007.

PICCOLOTTO, Letícia. Em um mundo regido pelo Big Data, Censo é fonte de riqueza, não de gasto. **BrazilLAB**. Artigo de Opinião. 2022. Disponível em: <<https://brazillab.org.br/noticias/em-um-mundo-regido-pelo-big-data-censo-e-fonte-de-riqueza-nao-de-gasto>>. Acesso em: 15 jul. 2023.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único. 6ª ed. À consciência universal / Milton Santos. – 6ª ed. - Rio de Janeiro: Record, 2001.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Democracia, inteligência artificial e desafios regulatórios: direitos, dilemas e poder em sociedades datificadas. **E-legis**, Brasília, n. 33, p. 226-248, set./dez. 2020, ISSN 2175.0688.

SILVA, Gislene. “Problemática metodológica em jornalismo impresso”. **Rumores – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias**. São Paulo, vol. 1, n. 1, jul.-dez. p. 18-36. 2008.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourado. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **RuMoRes**, [S.l.], v.5, n.10, p.18-36, 2011. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51250>>. Acesso em: 05 jul. 2023.

SILVA, Gislene, VOGEL, Daisi, SILVA, Terezinha. **Apuração, redação e edição jornalística**. – Florianópolis: Editora da UFSC, 2022.

SILVA, G.; SOARES, R. de L. O método Análise de Cobertura Jornalística e o acontecimento noticioso da doença do ex-presidente Lula. **RuMoRes**, [S. l.], v. 7, n. 14, p. 80-97, 2013. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2013.69431. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/69431>. Acesso em: 20 jul. 2023.

SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. 2003. BOCC: **Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.html>. Acesso em: 02 jan. 2024.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

ZANDOMÊNICO, Regina. Inteligência Artificial e Jornalismo: Implicações na redação de notícias e na aquisição de Conhecimento. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v.9.e221397, p.23-38,2022.

APÊNDICE

APÊNDICE – TABELA DE DADOS COM AS 85 NOTÍCIAS	65
---	----

A tabela com as 85 notícias encontra-se à disposição em:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fyyVJXp0Nnf22QXA6oXyYb6dwCTs_Bfy/edit?usp=sharing&ouid=100838519004150101004&rtpof=true&sd=true>.