

A utilização de dados sobre o Covid-19 por webjornais brasileiros

Cláudia Maria Arantes de Assis Saar¹

Karla Gabriela Silva dos Santos²

O jornalismo de web, conceituado por Canavilhas (2001) e Mielniczuk (2003) de “webjornalismo”, representa a utilização de determinada área da internet referente ao jornalismo. Para esse espaço são enviados conteúdos criados na web e destinados a web. É possível editar e distribuir o conteúdo nas mais variadas plataformas. Esse fazer jornalístico ganhou força devido as infinitas possibilidades no que se refere a mídia, algo que tornou crescente o acesso da população e transformou o webjornalismo em unanimidade no consumo de conteúdo.

O webjornalismo foi se moldando e servindo para o propósito básico da comunicação: informar. No ambiente que já sofreu por falta de conteúdo para alimentação do veículo como consequência de características estruturais, atualmente encontra nesse ponto sua maior força, pois permite abundância de informações por não ser um espaço limitado (BRADSHAW, 2014). Seguindo nesse sentido e diante do contexto de pandemia, a análise de dados sobre covid-19 utilizados pelos webjornais brasileiros e análise desses conteúdos se faz necessária socialmente para abrir espaço sobre informações que possam ou não estar ocultas na web e tenham relevância social.

Devido a força do webjornalismo e as crescentes alterações globais por conta do novo coronavírus, em referência ao movimento desenfreado de desinformação e alastramento das Fake News no decorrer dos últimos anos no Brasil, é de suma importância analisar como os dados sobre covid-19 estão sendo elaborados e divulgados nas plataformas digitais de grande relevância, principalmente no que se refere a modificação política, econômica e social. Para captar os dados, a técnica de mineração de dados (data mining) foi utilizada para identificar padrões ou discrepâncias entre os dados localizados. Mineração de dados é o processo de vasta análise de dados que possibilita

¹ Jornalista. Mestre e Doutora em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora do curso de jornalismo na Universidade Federal do Amapá. Líder do grupo de pesquisa COMERTEC (Comunicação, Mercado e Tecnologia) e membro do grupo de pesquisa TECCCOG (Tecnologia, Comunicação e Ciências Cognitivas). E-mail: claudiamaria@unifap

² Acadêmica do 7º semestre de jornalismo na Universidade Federal do Amapá. Bolsista de iniciação científica PIBIC – CNPq. E-mail: santoskarla86@gmail.com

descobrir de padrões e informações interessantes e úteis. A pesquisa seguiu a seguinte ordem: seleção dos veículos a serem analisados, seleção do período da amostragem, seleção de bancos de dados, criação das categorias com base na análise de conteúdo e, finalmente, seleção das matérias destacadas pelo uso de dados sobre o novo coronavírus. A pesquisa, portanto, objetivou investigar informações potencialmente importantes, dispostas na web em grande escala de dados, que possam estar submersas e que não foram analisadas com aprofundamento, impossibilitando uma divulgação clara das informações.

Para a criação do banco de dados de divulgação da covid-19, foi necessário dividir o andamento em partes. Inicialmente, apontar as pesquisas que indicavam uma alteração no modo de consumo de mídia. Após localizar as pesquisas, um relatório do que elas se tratavam foi elaborado. Além disso, fazer checagem da variação de internautas entre os anos de 2018 até 2020, observando o crescimento estatístico, quanto por cento de aumento e se a pandemia aumentou a quantidade de internautas. A segunda parte consistiu em observar nas agências nacionais e internacionais, com conteúdo em português, se elas possuem matérias sobre a Covid-19 no Brasil. Além da checagem dos portais noticiosos brasileiros, os veículos massivos de disseminação de matérias sobre a coronavírus no país também deveriam ser identificados.

A segunda etapa foi essencial para definir os 13 portais da captação das matérias. Os critérios para seleção do conteúdo foram: matérias publicadas no período de 1 de março de 2020 a 1 de março de 2021 e que possuíssem a palavra “covid” ou “coronavírus” no título, deveriam ser salvas em PDF para construção de um banco de dados. Os portais e quantitativo de matérias salvas: Estadão: 2.998; Uol: 217; G1: 778; MSN: 96; Folha de São Paulo: 1.401; Metrôpoles: 105; Nexo Jornal: 199; Agência Brasil: 2.934; Reuters: 230; DW: 17; CNN Brasil: 2.266; BBC: 281 e Huffpost: 185. O total da captação de matérias contendo as palavras “Covid” e/ou “Coronavírus” no título foi de 11.717.

Palavras-chave: Dados; mídia; covid; coronavírus; webjornais.

REFERÊNCIAS

BERRY, M. J. A., LINOFF, G. Data mining techniques. USA:JohnWiley, 1997.

BRADSHAW, Paul – Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, 2014.

CANAVILHAS, J. (2001). Webjornalismo – considerações gerais sobre o jornalismo de web. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>; Acesso em 30 de abril de 2021.