

Jornalismo de dados e infografia: jornalismo independente e mapas da democracia¹

Priscila RUZZANTE²

Emanuella CASADO³

Marina MEIRELES⁴

Maria Eduarda BARBOSA⁵

Carla TEIXEIRA⁶

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O objetivo desse trabalho foi refletir sobre os aspectos do jornalismo com base em dados e infografia, com a produção de material a partir das características descritas por De Pablos (1999), Teixeira (2007) e no Manual de Infografia da Folha de São Paulo (1998). Para observar a aplicabilidade dos conceitos sobre infografia, design da informação e jornalismo de dados, foram produzidos dois infográficos independentes a partir de um debate sobre Mídia e Democracia, realizado pelo curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, cujos conteúdos apresentados se enquadrariam facilmente no formato de texto em uma editoria de Política. Explorar a visualidade das informações e sugerir uma abordagem diferente a partir dos temas discutidos colaborou no sentido de consolidar a necessidade de tornar o design uma ferramenta mais próxima das rotinas do jornalista.

Palavras-chave: Infografia; jornalismo de dados; infográfico independente; visualidade

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo de dados vem crescendo no Brasil e no mundo. É uma forma mais objetiva de levar a informação crua para o leitor, de modo que sua própria bagagem o ajude a interpretar a notícia. As apresentações infográficas tiram do texto corrido aquela cansativa e interminável lista que ajuda a se inteirar do assunto, mas que muitas vezes tem o efeito reverso, afastando-o. Com um design contextualizado e a interatividade como convite, a informação acaba sendo absorvida de um jeito diferenciado.

Artigo publicado no blog Jornalismo nas Américas, da Centro Knight da Universidade Austin-Texas, traz o depoimento de Alberto Cairo, professor de Jornalismo e Visualização de Dados da Universidade de Miami. Para ele “mesmo jornalistas já experientes ainda precisam aprender quando se trata de visualização de dados e infografia. (...) as escolas de jornalismo devem fazer com que as disciplinas de visualização de dados

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Comunicação Audiovisual Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unicap, email: priscilaruzzante@uol.com.br

³ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unicap, email: marinameirelescosta@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unicap, email: withoutwonderland@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Unicap, email: eduardabarbosaf@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Design pela UFPE. Professora Assistente 2 dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Jogos Digitais da Unicap, email: carla.teixeira3@gmail.com

sejam obrigatórias, não eletivas”. (KNIGHTCENTER, 2016a). A ressalva nasce, principalmente, da necessidade de trazer novos formatos de jornalismo a um campo que, paulatinamente, vem mudando face à convergência midiática e à constante valorização das mídias e interfaces digitais.

O desafio é encontrar formatos capazes de atrair o público-alvo e reunir dados informativos e relevantes, mostrando facetas diversas de um fato ou construindo alternativas com forte apelo visual, como os infográficos. Neste sentido, há ainda a discussão sobre de quem seria a função de produzi-los. Mas, como destacou Cairo, jornalistas também precisam aprender.

Os dados fazem parte da apuração do jornalista desde sempre. As possibilidades oferecidas pelas mídias digitais facilitam o abandono das longas e áridas planilhas e abre uma infinidade de formas de contar uma notícia. Esse tipo de reportagem exige uma equipe que integre o jornalista ao designer e, em alguns meios, ao infografista. Aplicativos tornam a produção destes mais simples, desde os utilizados para a produção de linhas do tempo, até os que permitem a construção de infográficos interativos. Em algumas universidades já se esboça a disciplina de infografia. Em outras, como a Universidade Católica de Pernambuco, a disciplina de Comunicação Visual absorve o assunto com o objetivo de naturalizar tais saberes junto aos alunos, principalmente quando voltado para o jornalismo digital.

A partir de um debate promovido pelo próprio curso de Jornalismo, cujo conteúdo será detalhado mais adiante, procurou-se aprofundar os conhecimentos sobre a produção de infográficos, especialmente na consolidação de dados e de formatos independentes. Após estudar diversos aplicativos online, dois foram escolhidos principalmente pela interface intuitiva, entre outros recursos como a interatividade e a inclusão de vídeos: o Piktochart e o Veengage, em suas versões gratuitas. O aporte teórico vem de De Pablos (1999), Tattiana Teixeira (2007) e também do Manual de Infografia da Folha de São Paulo (1998), em suas definições sobre formas de produção e tipos de infográficos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Tattiana Teixeira (2007), o primeiro registro de um infográfico data de 1806. O formato – um gráfico informativo – foi publicado em Londres e noticiava o assassinato de um homem. Teixeira explica que a identificação desse recurso como

infográfico vem de Peltzer e Souza. Podemos considerar que a infografia produzida era, inicialmente, bastante limitada, servindo basicamente para complementar o texto.

Com a quantidade de estímulos visuais na contemporaneidade, e mídias com interfaces bastante atrativas, como o computador, a televisão e o celular, a maneira de ler uma notícia muda cada vez mais. Os infográficos independentes, aqueles que contam toda a notícia por si só, vem ganhando espaço nos jornais, revistas e web. Este último suporte ainda possibilita a criação de infográficos interativos, onde o leitor busca a informação e viaja por meio de links, vídeos, imagens e texto. Tais infográficos, por mais extensos que sejam, ocupam pouco espaço nas páginas dos portais e trazem muita informação, o que acaba facilitando a escolha por eles. Os leitores, muitas vezes, podem optar por acessar apenas esse material, pois com apenas um clique, obtém uma intensa quantidade de dados sobre o assunto tratado. No entanto, é preciso destacar ainda que o campo não se apresenta inteiramente delimitado. Para Tattiana Teixeira,

à infografia jornalística cabe uma série de problemas de conceituação e compreensão que já começam pela indefinição sobre qual profissional deve ser responsável pela sua elaboração e concepção dentro de um veículo jornalístico, independentemente do suporte (impresso, eletrônico, digital) Não é para menos. No Brasil, o recurso raramente é discutido – apesar de profissionais brasileiros serem reconhecidos internacionalmente em função da qualidade dos infográficos que produzem - e na Espanha – onde já existe uma bibliografia mínima sobre o tema – não se chegou a um consenso sequer sobre a condição de gênero jornalístico a ser atribuído à infografia. (2007, p.112)

É possível perceber ainda uma certa resistência entre os jornalistas sobre o uso de recursos visuais como um auxiliar poderoso na transmissão da informação. Ela é encontrada, também, entre os próprios estudantes do curso de Jornalismo, que consideram o design um tema transversal, não tão importante quanto as disciplinas de redação, vídeo e rádio. Ao defender a necessidade do aprendizado visual, Cairo reitera uma carência específica: a compreensão de que o design da informação atua não como mero detalhe ou adorno, mas como elemento condutor daquilo que se quer dizer. O Manual de Infografia da Folha de São Paulo define infográfico como um

Recurso gráfico que se utiliza de elementos visuais para explicar algum assunto ao leitor. Esses elementos visuais podem ser tipográficos, gráficos, mapas, ilustrações ou fotos. A função básica da infografia é enriquecer o texto, permitindo que o leitor visualize o assunto em pauta. Sua função secundária é “embelezar” a pauta, tornando-a mais atrativa (KANNO; BRANDÃO, 1998, p. 2)

Apesar de destacar a importância de trabalhar visualmente as informações, o material da Folha ainda carrega, notadamente nesta edição, a ideia de que um infográfico pode ser um adorno. Como tal, sugerem que o recurso não seja utilizado exageradamente. O referido manual divide-os em quatro categorias: arte-texto, mapa, gráficos, visuais. Seriam eles:

Arte-texto: ficha, fac-símile, resumo, perguntas e respostas, glossário/cronologia, testes, sobe e desce, escore, frases, lista, tabela, organograma/fluxograma;

Mapa: de localização, de movimentação, de dados;

Gráficos: de linha, de barra, queijo;

Visuais: selo, passo a passo, storyboard, arte-foto, pôster visual.

Ao longo do material há instruções sobre como produzir cada um deles, de maneira a obter um formato atrativo, mesmo quando o texto for o destaque. Também orienta sobre a necessidade de planejar a pauta em conjunto com a editoria de Arte, destacando ainda aspectos negativos como o uso cores “carnavalescas”, fundos rebaixados, desalinhamento horizontal e baixa qualidade fotográfica (KANNO; BRANDÃO, 1998).

Para Fetter e Sherer,

a infografia é mais um híbrido do design e da comunicação, firmando-se como um gênero jornalístico e como mais uma especialização do design gráfico informacional. Ela transmite informação de maneira visual, tornando-se co-autora e, ao mesmo tempo, ajudando a estruturar a idéia e/ou o conteúdo da mensagem. Essa co-autoria e essa estruturação alteram e ampliam os conceitos, redefinem o papel dos profissionais e do público. (2016, p. 13)

Autores como De Pablos (apud TEIXEIRA, 2007, p.113) estipulam elementos que seriam essenciais em todo infográfico. São quatro: um título (que define o assunto para o leitor); um texto de entrada (ou abertura), que adianta o assunto ao leitor, semelhante a um lead com as informações mais gerais sobre do que trata o infográfico; a indicação das fontes (quem fornece os dados aos jornalistas para a produção do material) e a assinatura (o crédito de quem produziu o infográfico). Essa diretriz foi seguida na produção dos dois infográficos que serão apresentados mais adiante. Segundo Teixeira (2007, p. 113), “o formato é adotado por boa parte das redações que têm tradição no uso deste recurso e contribui de maneira efetiva para a maior qualidade do material apresentado ao leitor”. Além disso, destaca a autora, um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas. Para Teixeira,

um infográfico pressupõe a inter-relação indissolúvel entre texto (que vai além de uma simples legenda ou título) e imagem que deve ser mais que

uma ilustração de valor exclusivamente estético. Podemos dizer, portanto, que este binômio imagem e texto, na infografia, exerce, por princípio, uma função explicativa e não apenas expositiva. O infográfico, enquanto discurso, deve ser capaz de passar uma informação de sentido completo, favorecendo a compreensão de algo e, neste sentido, nem imagem, nem texto deve se sobressair a ponto de tornar um ou outro indispensável. (2007, p. 113)

Entre a tipologia de infográficos apresentados pela autora, que os classifica em dois grandes grupos: enciclopédicos (independente ou complementar) e específicos (independente – reportagem infográfica ou complementar), nossa escolha de produção recaiu para o do tipo específico independente. Nesse tipo de infográfico, considerado raro para Teixeira,

Aparecem como uma forma totalmente diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto, compõem um infográfico complexo. Neste grupo enquadramos o que chamamos de reportagem infográfica. Compreendemos o termo como um tipo de narrativa na qual há um texto principal que funcionaria como a introdução de uma reportagem, seguido por infográfico ou infográficos. Neste caso, nem infográfico, nem texto podem ser pensados de forma autônoma porque um foi concebido para estar diretamente associado ao outro e fazem parte de um só conjunto discursivo que passa ao largo de uma mera relação de complementaridade. (2007, p. 115).

Valero Sancho (2001) ainda destaca oito particularidades presentes numa infografia jornalística:

- (1) dar significado a uma informação plena e independente;
- (2) que proporcione informações suficientes da atualidade;
- (3) que permita compreender o acontecimento noticiado;
- (4) que contenha as formas tipográficas tenham poder de informação;
- (5) que contenha elementos icônicos precisos;
- (6) que possa ter informações suficientes para ter significado próprio ou que realize funções de síntese ou de complemento da informação escrita;
- (7) que proporcione uma sensação certa estética, não sendo essencial;
- (8) que não contenha erros ou falhas de concordância. (apud CECILIO; PEGORARO, 2011, p. 4)

Neste sentido, o quadro teórico apresentado norteou a produção do material por estudantes do sétimo semestre do curso de Jornalismo da Unicap, na disciplina Comunicação Visual 2. A proposta foi justamente a de transformar um tema aparentemente árido, como as características políticas da mídia em um material visual abrangente, que permite a compreensão de cada um dos dois temas escolhidos para a produção: jornalismo independente e a relação entre a mídia e a democracia.

3 METODOLOGIA

O direcionamento do tema escolhido para a construção do infográfico foi obtido a partir de temas discutidos no segundo dia do Ciclo de Debates Mídia e Democracia, realizado na Universidade Católica de Pernambuco no dia 26 de abril. A discussão foi conduzida pelos professores Luiz Carlos Pinto e Nadilson Silva e pelo jornalista João Valadares, do Correio Braziliense. Na ocasião, os três partiram do tema “Escândalos políticos: o que é e o que não é notícia” para falar sobre escolhas de pauta, big data e sociologia da comunicação. A criação de veículos de jornalismo independente também foi discutida durante o evento.

Dessa forma, definiram-se as pautas: uma delas sobre iniciativas de jornalismo independente no Brasil, o outro sobre a relação da democracia com as mídias em diversos países. As pautas foram apenas uma diretriz inicial diante do universo de dados encontrados em sites especializados, revistas, blogs, instituições públicas e até mesmo filmes sobre a repressão à imprensa na Coreia do Norte. Cada dupla de pesquisadores ficou responsável pela apuração de um dos temas selecionados. A escolha dos aplicativos Piktochart e Vengage em suas versões gratuitas deve-se, principalmente, ao caráter intuitivo das ferramentas, que permitiram a adição de imagens, mapas, tipografias distintas, além de cores e links que poderiam expandir, para o leitor, o assunto tratado.

3.1 Aplicativos online para produção de infográficos

São várias as opções disponíveis para a produção de infográficos, apresentações, posts de redes sociais, entre outros formatos. Para fins de pesquisa, nos limitamos a utilizar dois deles: o Piktochart e o Veengage.

O Piktochart permite criar infográficos em curto espaço de tempo (figura 1). Na versão gratuita há a possibilidade de escolher entre oito layouts personalizáveis. Para isso, basta arrastar e soltar os elementos que estão agrupados no lado esquerdo da tela. Após a edição final é possível publicar o infográfico como HTML, compartilhá-lo em redes sociais ou incorporá-lo ao site. A versão Pro (US\$29 por mês) oferece mais de 100 modelos e outros recursos adicionais. (KNIGHTCENTER, 2016b)

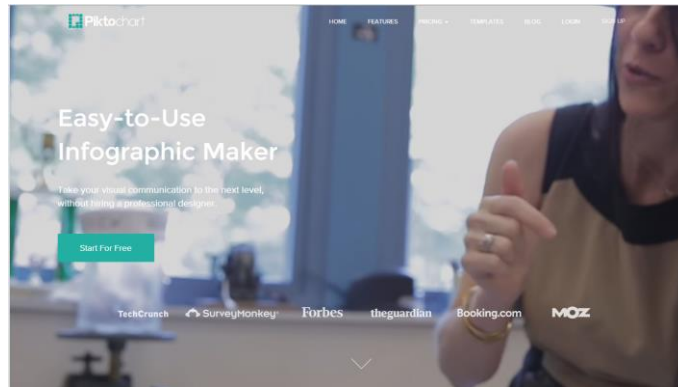


Figura 1: tela inicial do aplicativo Piktochart. Fonte: Do autor

Já a versão grátis do Venngage (figura 2) apesar de oferecer uma maior quantidade de templates grátis, só permite a produção nesse modo de cinco infográficos. Após esse número, só é possível criar utilizando um novo template ao adquirir a versão Premium, que custa US 19,00 mensais. O aplicativo só permite baixar em pdf na versão paga. No entanto, assim como o Piktochart, é possível compartilhar o material produzido via redes sociais ou incorporá-lo a um site. (VENNGAGE, 2016a)



Figura 2: tela inicial do aplicativo Venngage. Fonte: Do autor.

4 APLICAÇÃO E PRODUTO

O primeiro infográfico (figura 3), sobre iniciativas de jornalismo independente no Brasil, foi produzido no aplicativo Piktochart. Iniciamos a montagem do material de maneira pela qual o infográfico fosse compreendido como uma reportagem visual na íntegra, sem necessidade de complementos textuais ou fotográficos. O produto final tem o objetivo de mostrar o vínculo entre mídia e democracia através da apresentação de iniciativas de jornalismo independente fundadas no Brasil.

A partir do tema, pesquisamos diversos sites que possuíam a proposta de noticiar, em âmbito nacional, notícias dos segmentos mais variados do cotidiano, como política, economia, cultura, comportamento e pautas relacionadas à vida urbana. A partir desses critérios, foram selecionados 25 sites em todas as regiões do país com coberturas atualizadas sobre fatos do cotidiano.

Diante desse número de iniciativas de jornalismo independente, optamos por utilizar as ferramentas do Piktochart para a criação do material gráfico, uma vez que elas possibilitariam um trabalho mais completo. Inserimos imagens como o mapa do Brasil e as logomarcas de cada um dos veículos jornalísticos, criamos textos para situar o leitor a respeito do jornalismo independente e criamos gráficos para exemplificar o crescimento da mídia alternativa e o número de iniciativas por região brasileira. Optamos por criar uma identidade visual, composta através da escolha das fontes e das cores, para uniformizar o infográfico e, dessa forma, facilitar a interpretação das informações.



Figura 3: infográfico Mapa do Jornalismo Independente no Brasil⁷. Fonte: BARBOSA; MEIRELES, 2016

⁷ No Piktochart os infográficos são estreitos e longos, apropriados para a aplicação em portais e reportagens web. A figura inserida acima, por uma questão de aproveitamento do espaço, traz o infográfico dividido em

Essa uniformização, bem como a definição de hierarquias visuais, segue o que Quattrer e Gouveia (2016) afirmam ser características que contribuem para o entendimento do conteúdo por parte dos leitores. Segundo eles,

Para que o leitor compreenda e confie na informação ali apresentada, ele deve se sentir confortável com o infográfico. Por isso simplicidade é a palavra-chave, mínimos contrastes entre os elementos do infográfico tendem a criar certas hierarquias visuais que valorizarão o seu conteúdo, conseqüentemente facilitando a sua compreensão QUATLER, GOUVEIA, 2016, p. 2).

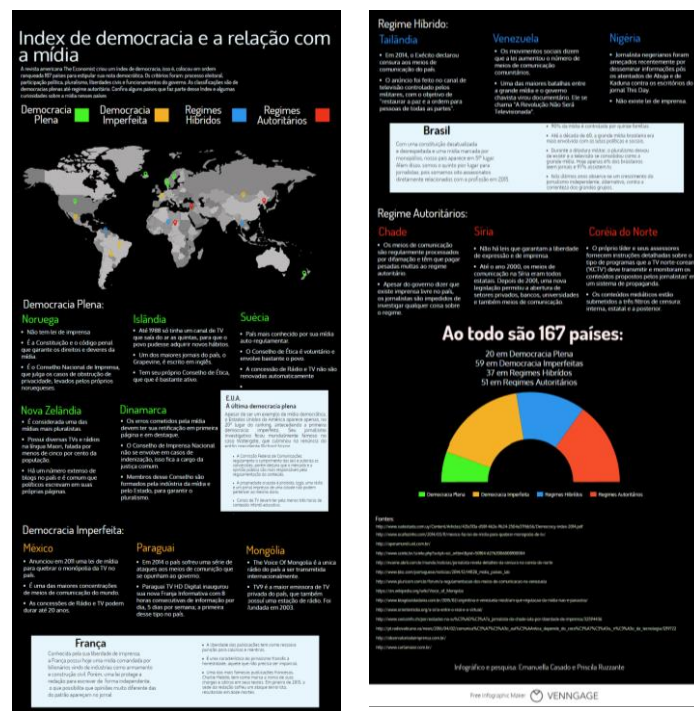


Figura 4: infográfico Index da Democracia⁸. Fonte: CASADO; RUZZANTE, 2016

O infográfico “Index de democracia e a relação com suas mídias” (figura 4) também é fruto do debate sobre Mídia e Democracia. No evento, um dos pontos abordados tratou da pluralidade da mídia e da percepção de que quanto mais democrático é um país, mais plural ela será. Dessa forma, a proposta foi aprofundar o tema. Descobrimos, assim, o Índice de Democracias realizado pela revista *The Economist*, que relaciona democracia, processo eleitoral e pluralismo midiático, funcionamento do governo, participação política, cultura política e liberdades civis.

dois trechos, a parte superior e a inferior. Para completa visualização acessar: <https://magic.piktochart.com/output/13822965-mapa-do-jornalismo-independente-no-brasil>

⁸ No Vennage os infográficos são estreitos e longos, apropriados para a aplicação em portais e reportagens web. A figura inserida acima, por uma questão de aproveitamento do espaço, traz o infográfico dividido em dois trechos, a parte superior e a inferior. Para melhor visualização, acessar:

O infográfico foi montado no site Venngage. Escolhemos um mapa mundi para etiquetar os países apresentados, com o intuito de ajudar o leitor a identificar onde ficam desde os regimes livres até os autoritários. A pesquisa contou com várias fontes. Apesar da dificuldade de encontrar informações sobre alguns países, principalmente os regimes autoritários, decidimos mantê-los justamente por entender que se a informação é escassa sobre tais pontos, são eles mesmos pontos obrigatórios a serem transmitidos por meio das narrativas jornalísticas.

Na observação dos dados, definimos falar sobre dezessete países, sendo eles: os cinco primeiros colocados, considerados as democracias plenas: Noruega, Dinamarca, Finlândia, Suécia e Nova Zelândia; três democracias imperfeitas: México, Paraguai e Uruguai, três regimes híbridos: Venezuela, Nigéria e Tailândia, três regimes autoritários: Coreia do Norte, Chade e Síria. Para complementar a informação, três caixas de texto tratam da França, Estados Unidos e do Brasil. Os países foram escolhidos de maneira a mapear todos os pontos do globo, apresentar informações diversas e quebrar alguns conceitos como, por exemplo, de que os EUA e a França possuem mídias extremamente democráticas. De fato, elas estão bem posicionadas no ranking, mas não como se esperaria de países que pregam constantemente a liberdade de expressão.

Para auxiliar a compreensão do leitor, os dados foram separados por tipo de governo, Também disponibilizamos no rodapé do material um gráfico que mostra a proporção de cada tipo de regime entre os 167 avaliados, com o intuito de chamar a atenção para o fato de que a maioria dos regimes são autoritários ou democracias imperfeitas.

A escolha do tema deve-se, principalmente, pela necessidade de compreender que a mídia pode ser de inúmeras maneiras em cada lugar do mundo, e que diversos detalhes podem contribuir para suas características plurais ou ditatoriais. Afinal, só podemos entender a maneira como o Brasil se coloca dentro de sua mídia e sua democracia, se observarmos as diferenças e semelhanças com outros países mais ou menos democráticos que o nosso. Acreditamos na importância de levar essa indagação e conhecimento ao público geral, de forma elucidativa, em um infográfico, aliando a apuração jornalística criteriosa aos aspectos visuais da informação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Refletir sobre formatos de produção de notícia, considerando a visualidade da informação e o jornalismo com base em dados pode resultar em produções cada vez mais

sofisticadas e interessantes. A interatividade, aliada às possibilidades de criação em aplicativos mais intuitivos, tornam a produção de um infográfico do tipo independente, algo mais próximo à realidade de uma redação jornalística.

Aproximar o profissional ou futuro profissional dessas ferramentas, bem como da necessidade de pensar a notícia como um produto, que visa atingir um determinado público, é necessário principalmente quando se observa o apelo imagético das plataformas digitais.

A produção dos infográficos, materializando a pesquisa, teve grande importância para nós que os desenvolvemos, na percepção de que o jornalismo de dados é fundamental em tempos onde a comunicação visual se tornou essencial no diálogo com o público leitor.

6 REFERÊNCIAS

BARBOSA, Maria Eduarda, MEIRELES, Marina. **Mapa do jornalismo independente no Brasil**. Disponível em: < <https://magic.piktochart.com/output/13822965-mapa-do-jornalismo-independente-no-brasil>>. Acesso: 15 maio de 2016.

CASADO, Emanuella; Ruzzante, Priscila Garcia. **Index de democracia e sua relação com a mídia**. Disponível em: <https://infograph.venngage.com/p/105807/index-de-democracias_new>. Acesso: 15 maio de 2016.

FETTER, Luiz Carlos; SCHERER, Fabiano de Vargas. **Infografia: o design visual da informação**. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Disponível em: <<https://ndga.files.wordpress.com/2010/11/infograficos-fabiano.pdf>> Acesso: 20 maio de 2016

KANNO, Mário; BRANDÃO, Renato. **Manual de Infografia da Folha de São Paulo**. São Paulo: Editora Folha, 1998.

KNIGHTCENTER. **ISOJ: Jornalistas precisam aprender sobre visualização de dados e criação de infográficos para complementar suas matérias**. Disponível em <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-13662-isoj-jornalistas-precisam-aprender-sobre-visualizacao-de-dados-e-criacao-de-infografic>> Acesso: 25 maio de 2016a

_____. **6 ferramentas digitais para incluir no seu kit de jornalismo de dados**. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14172-6-ferramentas-digitais-para-incluir-no-seu-kit-de-jornalismo-de-dados>> Acesso: 10 maio de 2016b

QUATTRER, Milena; GOUVEIA, Anna Paula Silva. **A infografia nos meios de comunicação impressos**. Disponível em <http://www.iar.unicamp.br/lis/dcf/A-infografia-nos-meios-de-comunicacao_MilenaQuattrer.pdf> Acesso: 28 maio de 2016.

TEIXEIRA, Tattiana. **A presença da infografia no jornalismo brasileiro: uma proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso**. Disponível em < <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5847>> Acesso: 18 maio de 2016.

CECILIO, Evane; PEGORARO, Everly. **A infografia no jornalismo impresso: além da simples complementação, um novo modo de se fazer jornalismo.** Disponível em:
<<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/A%20infografia%20no%20jornalismo%20impresso%20alem%20da%20simples%20contemplacao-%20um%20novo%20modo%20de%20se%20fazer%20jornalismo.pdf>>
Acesso: 28 maio de 2016