

Base de dados: a memória extensiva do jornalismo

Claudia Irene de Quadros

RESUMO

Na revolução informacional, o problema está na quantidade excessiva de dados. A questão sobre como encontrar em pouco tempo a informação requisitada tem levado muitos pesquisadores a refletir em uma forma apropriada de armazenar esses dados, numa tentativa de transformá-los em registros “vivos”, de arquivos “ativos” que constituirão uma base de dados “dinâmica” para gerar conhecimento ao seu usuário. Aqui conhecimento é entendido como apropriação do objeto pelo pensamento. A criação desse tipo de base de dados tem sido objeto de análises nas mais diferentes áreas de instituições de pesquisas de várias partes do mundo. Muitos têm o objetivo de encontrar uma heurística apropriada à determinado objeto de estudo em prol do conhecimento. Nesse trabalho, será lançado um olhar sobre algumas propostas e discussões sobre a base de dados como forma cultural no jornalismo. Com uma base de dados dinâmica, os jornais – considerado por historiadores como fontes primárias de pesquisa –, só para citar mais um exemplo, imprescindíveis no mundo dos negócios, podem gerar conhecimento e abrir novas possibilidades para diversos setores da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Base de dados. Jornalismo digital. Cibercultura.

¹ Parte desse artigo foi apresentado para a mesa coordenada “Base de dados como cultura no jornalismo”, do II Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, realizado em novembro de 2004, na UFBA.

[...]Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo.

Castells, 2000, p.51

1 Introdução

A preocupação em tornar a base de dados como cultura no jornalismo tem reunido diversos pesquisadores da área da comunicação.¹ O presente artigo nasce com o propósito de apontar algumas das consequências que surgem com o uso da base de dados no jornalismo. Referências de diversas áreas (comunicação, informática, sociologia e administração) foram consultadas para discussão do estado da arte da base de dados e a possibilidade do usuário interagir com a mídia por meio dessa tecnologia.

As tecnologias da informação e da comunicação permitem ao homem participar de seus processos de desenvolvimento. Nessa revolução informacional, segundo Castells (1999), os papéis de criador e de usuário podem ser atuados por uma mesma pessoa. “Segue-se uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e a manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (as forças produtivas)”(CASTELLS, 2000, p.51). Ao partir do pensamento do sociólogo catalão, é necessário refletir sobre um sistema de informação que permita a produção descentralizada de conteúdos.

Até mesmo a base de dados no jornalismo, foco deste trabalho, deve ser repensada para explorar as potencialidades da mídia digital.² Por muito tem-

² Muitos teóricos utilizam o termo novas mídias ou mídias digitais, mas prefiro o uso de mídia digital no singular. Neste momento de discussão de paradigmas recentes, é necessário empregar termos de modo preciso (KUHN in GOSCIOLA, 2003). Portanto, destaca-se que a mídia tem origem na palavra, em latim, *media* (plural de *medium*), que significa meios. Os profissionais da mídia, no Brasil, adotaram o termo baseados na pronúncia norte-americana da palavra, em latim, *media*. Além disso, quando a imprensa divulga que determinado assunto será abordado pela mídia, o público entende que será veiculado em vários meios. A aproximação entre as técnicas de informática, das telecomunicações e do audiovisual permitem a digitalização da informação e, nessa convergência, surgem outros meios. “Na maior parte do tempo, trata-se de suportes em rede (computador, terminal telefônico ou televisor). Mas pode se referir [...] aos meios autônomos (*grifos meus*) [...] como os CD ROMs” (WOLTON, 2003, p. 225). A idiossincrasia em usar a palavra nova está associada a um problema: quem decide quanto tempo deve passar para um meio ser denominado de antigo? Afinal, a internet já passou dos trinta. Seria necessário não esperar um outro meio surgir para que o anterior perdesse o título de novo.

po, no entanto, as bases de dados se apresentarão nos mais variados níveis, dos mais avançados aos rudimentares.³ Não se deve impor um sistema de informação, é imprescindível que o usuário participe de sua criação e/ou opte pela forma que melhor convir para recuperar a memória. A história das empresas, nesse sentido, serve de exemplo que o difícil não está na implementação de tecnologias, mas na mudança de cultura.⁴ Para Thomas H. Davenport, as empresas investem muito alto em sistemas complexos de informação e, muitas vezes, não obtém o resultado desejado. “[...] Essas empresas raramente identificam que o comportamento e a cultura devem mudar, para que suas iniciativas informacionais obtenham êxito” (DAVENPORT, 2000, p.109). Em outras palavras, uma pessoa pode preferir pesquisar em livros a utilizar uma base de dados ou deixar de ler um informe importante, ainda que veiculado em uma tecnologia amplamente divulgada. Caso essa pessoa não se sinta envolvida no processo de mudanças e conheça muito pouco sobre os objetivos dos planos tecnológicos previstos por seus dirigentes, todo o investimento da empresa será inválido.

Por outro lado, não basta acessar uma base de dados para encontrar uma informação que dificilmente gerará conhecimento. Nesse caso, o processo torna-se vazio e, mais uma vez, é necessário recorrer a Castells (2000) para enfatizar a exigência da revolução informacional: os cidadãos devem ser preparados para usufruir dos avanços da tecnologia em prol do conhecimento e do bem-estar. O termo revolução informacional, no entanto, pode parecer

³Há três principais modelos de bases de dados: o modelo hierárquico, modelo em rede e o modelo relacional. Cada um deles é utilizado para solucionar um tipo de problema. O modelo hierárquico é indicado para “[...] problemas que requerem um número limitado de respostas estruturadas e que podem ser especificadas antecipadamente” (LAUDON e LAUDON, 1999, p.129). Para modificar os seus dados é necessário um grande esforço de programação. O modelo em rede é mais flexível que o hierárquico, mas também exige esforço de programação e há limitações de relacionamentos entre os registros – coleção de campos de dados relacionados. No modelo relacional, as informações dos arquivos podem ser extraídas e combinadas de modo muito mais fácil.

⁴ Aqui é utilizada a definição de cultura relacionada à informação de Davenport, que entende como “o padrão de comportamentos e atitudes que expressam a orientação informacional de uma empresa” (DAVENPORT, 1998, p.110)

inebriante e ocultar, por de trás de discursos tecnicistas, problemas que necessitam ser discutidos de forma mais intensa. Para Wolton (2003, P.33) é necessário refletir sobre os sentidos dessas mutações.

[...] A técnica não é o suficiente para mudar a comunicação na sociedade, e é por esta razão que numerosas “revoluções das tecnologias da comunicação” não tiveram o impacto esperado, simplesmente porque não estavam em sintonia com nenhum movimento mais geral relativo à evolução do modelo cultural de comunicação.

2 Cultura digital x cultura humana

Se as tecnologias dão visibilidade à comunicação, como comenta Wolton (2003, p.33), “o essencial é com certeza o modelo cultural que elas veiculam e o projeto relativo ao papel e à organização do sistema de comunicação de uma sociedade”. Com base na concepção do russo Lev Manovich, Barbosa (2004a) recorda que a base de dados é “[...]como uma forma cultural simbólica da era do computador e uma nova metáfora para a memória cultural”.

Para o sociólogo Dominique Wolton (2003, p.86) as tecnologias contemporâneas representam “um espaço de abertura, um faroeste, uma referência à utopia. E é essencial que se preserve isto”. Na opinião dele, o acesso às bases de dados é uma espécie de aplicação sedutora que atrai as pessoas para a mídia digital.

Acessar, escolher, circular por si mesmo e fazer a sua própria informação permitem não somente ganhar tempo, mas também acessar “reservas” de conhecimento totalmente imprevisíveis. Existe incontestavelmente uma abertura para o grande público a certos serviços documentais. É ao mesmo tempo prática e direta. É evidente que, para muitas profissões, o acesso aos bancos de informações necessários ao crescimento profissional é uma vantagem. É uma verdade para os cientistas, os juristas, os médicos, enfim, para todos os profissionais confrontados com uma evolução rápida dos conhecimentos e que devem se reciclar podendo aí encontrar recursos documentais. O limite aqui é a competência. O acesso a toda e qualquer informação não substitui a competência prévia, para saber qual informação procurar e que uso fazer desta. O acesso direto não suprime a hierarquia do saber e do conhecimento. (WOLTON, 2003, p. 86-87)

3 Base de dados no jornalismo

As bases de dados de linguagens verbais, visuais (fotografias, vídeos, gráficos, infográficos, multimídia, etc.) e sonoras podem ser para o jornalismo uma espécie de representação da democracia ao seu usuário. É evidente que a sua competência prévia, como apontada por Wolton, deve ser considerada antes de se propor uma heurística apropriada para a construção de uma base de dados dinâmica. Nesse processo, o repertório de quem recebe a mensagem também continua em jogo. Se o usuário não entende coisa alguma do que foi dito, Bairon e Perez (2002, p.19) enfatizam que algo está errado.

É um exemplo de desprezo, por parte do emissor, em relação ao repertório do seu receptor. Cabe sempre a quem emite uma mensagem, qualquer que seja, conhecer profundamente as experiências que formam o repertório de quem vai ser o alvo da comunicação.

Isso também vale para as mensagens de orientações de busca e para as de análise de resultados. O jornalismo pode garantir, com uma base de dados dinâmica, conteúdos e produtos de qualidade aos usuários de diversos meios. As informações digitalizadas e armazenadas podem ser recuperadas a qualquer momento, resgatando a memória a serviço do público. Andreas Huyssen (2004) comenta que o esquecimento de um fato, em uma cultura contemporânea obcecada pela memória pode ser entendida como uma imprensa inepta. “Por outro lado, a memória pode ser considerada crucial para a coesão social e cultural de uma sociedade. Qualquer tipo de identidade depende dela. Uma sociedade sem memória é um anátema.” (HUYSEN, 2004, tradução do autor).⁵ Nesse sentido, o papel do jornalismo na construção de uma memória torna-se fundamental, “seu enquadramento temporal, contudo, é necessariamente limitado ao presente e ao passado recente. Por isso, ele precisa ser complementado pelo trabalho historiográfico” (MOREIRA; MORENO, 2004, p. 99).



⁵ “Por otro lado, la memoria puede ser considerada crucial para la cohesión social y cultural de una sociedad. Cualquier tipo de identidad depende de ella. Una sociedad sin memoria es un anatema.”

No entanto, o jornalismo assente em uma base de dados dinâmica pode também recuperar um passado distante. Favorecido pelas tecnologias contemporâneas, de forma quase instantânea, o jornalista encontra dados que podem ser relacionados aos fatos recentes, proporcionando uma narrativa mais profunda ao leitor/usuário. “Nesse processo, redefine o seu papel, buscando apoio na sua própria história e na história que constrói” (MENDEZ, 2002, p.101).

Além de melhorar a qualidade de seus conteúdos, a base de dados dinâmica permite disponibilizar novas formas de interação com o seu público e criar outros produtos e serviços. As empresas de comunicação devem saber que esse tipo de armazenamento de conteúdos pode ser utilizado não apenas como instrumento pelos mais diversos veículos, mas também para a criação de novos produtos digitais mais criativos e estabelecer uma relação mais estreita com o usuário, que encontrará inúmeras possibilidades nessa imersão digital. Em qualquer desses casos, as implicações nas rotinas produtivas e de ordem editorial são facilmente percebidas. A revista impressa pode, por meio de sua base de dados, criar alguns produtos, como, por exemplo, um CD – um meio digital – sobre a cobertura completa das quatro últimas olimpíadas e, assim, atender às necessidades do leitor interessado em resgatar uma memória específica. Esse tipo de promoção, cada vez mais comum no mercado editorial, é uma forma de aliar conteúdo e negócio sem comprometer a ética. A base de dados dinâmica no jornalismo digital contribui na exploração das potencialidades da hipermídia e garante a interatividade do usuário a ponto de esse assumir os papéis de receptor e emissor de uma mensagem. Antonio Fidalgo (2003) lembra que uma notícia sem muito destaque no jornal impresso pode tornar-se importante na rede das redes ao ser associada com informações das referidas bases de dados. “O passado condiciona e determina o presente na justa proporção em que pode ser recuperado e, de novo, presente à atenção” (FIDALGO, 2003, p.5). E, na *web*, essas informações, que são convertidas em notícia de primeira, podem ser recuperadas pelo próprio usu-

ário. Nesse sentido, o projeto de “*Web Semântica*”, idealizado em 1998 por Tim Berns Lee e James Hendler, surge com o propósito de desenvolver uma base de dados dinâmica, que não se limite a busca por palavras-chave e funcione no sistema *World Wide Web*. Este intento será brevemente comentado neste trabalho.

Antes, é pertinente, ao considerar todas as vantagens descritas anteriormente, a obsessão pela memória e a experiência em armazenamento de dados, que nas redações jornalísticas brasileiras começou na década de 80; repetir a questão levantada por Machado: “Por que tão poucas organizações jornalísticas estão estruturadas na forma de bancos de dados complexos?” (MACHADO, 2004, p.10). As repostas são inúmeras e, aqui, uma base de dados dinâmica poderia estabelecer uma associação entre esses dados e apresentar alternativas coerentes e consistentes ao usuário, cabendo a ele construir o seu caminho. Nesse momento, limitada a um recurso analógico de pesquisa (consulta de livros e artigos impressos), cujo processo já irrita a tantos, e ao que a mente pode recordar, pontuo alguns motivos de ordem cultural e econômica. Implantar um sistema de informação, que precisa ser atualizado de acordo com as exigências de seus usuários, ainda custa caro. E a informação, considerada um bem inatingível e de difícil mensuração, parece ser valorizada para a maioria dos meios apenas como um produto que pode ser vendido no dia, na semana e no mês seguinte. Não mais que isso. Ao tentar manter costumes do passado, quando o veículo só contava com a memória prodigiosa de profissionais competentes, as empresas jornalísticas deixam de lucrar com a preservação cultural de um povo e, de quebra, acompanham a queda de leitura dos jornais e a instabilidade da internet como investimento.

A quantidade excessiva de dados sempre foi um problema em busca de soluções. Desde os anos 50, diversos sistemas de informação foram criados para atender as necessidades do momento. Hoje, a necessidade é adquirir conhecimento, por isso a informação ganha o *status* de fundamento principal

para os processos, produtos e serviços das organizações, incluído as empresas midiáticas. “O ato de encontrar a melhor forma faz parte da rotina da informação,” como descreve Davenport (2000, p.108). Portanto, ao adotar um base de dados dinâmica, a empresa jornalística também estará agregando valor ao seu produto.

As agências de base de dados, sobretudo as de notícias, há muito tempo perceberam que a competitividade está atrelada ao conteúdo e à qualidade do sistema de informação. Hoje, tentam investir para acompanhar o ritmo acelerado dos avanços tecnológicos, que permitem obter facilmente informações atualizadas e oferecer ao usuário maior flexibilidade na busca e na manipulação dos dados. “Mas podem, principalmente, facilitar o acesso à informação, na medida em que o seu local de armazenamento se torna irrelevante quando ela é disponibilizada por meio de redes”⁶ (CENDÓN, 2002, p.35). Na *World Wide Web*, o acesso ao conteúdo não é feito somente mediante a apresentação de senha, a maior parte dele é de livre acesso. Isto, no entanto, é uma discussão para um outro artigo. Aqui será destacado o projeto de *Web Semântica*, que, entre seus objetivos, tenta desenvolver uma base de dados dinâmica para funcionar na internet.

4 Proposta da *web* semântica

Tim Berns Lee apresenta o projeto *web* semântica como uma extensão da *World Wide Web*. Criado em 1998, o projeto em tela propõe que o computador seja programado para entender o sentido das linguagens humanas. “La mayor parte del contenido que hoy aparece en internet está diseñado para ser leído por las personas, no para que lo puedan manipular con sentido unos programas informáticos” (LEE et al. apud NAFRÍA, 2001).⁷ Para isso, diver-

⁶ As bases de dados, inicialmente, eram armazenadas em computadores centrais. O acesso em localizações remotas era realizado por meio de redes de comunicações.

⁷ Documento eletrônico

sas tecnologias vêm sendo desenvolvidas, como a RDF – *Resource Description Framework* (um dos modelos criados para que as pessoas possam inserir dados e as máquinas processá-los de forma legível). Essas novas técnicas estão baseadas na introdução do conhecimento semântico explícito, ou seja, o computador precisa compreender o sentido semântico das palavras para transformar a informação em conhecimento. E, assim, deixar de apresentar resultados desconexos quando uma pessoa insere uma palavra-chave em um sistema de busca desenvolvido para a internet. Por isso, para a equipe do projeto *web* semântica (www.semanticweb.org), a *World Wide Web* só atingirá a sua plenitude quando a informação puder ser compartilhada tanto por ferramentas automáticas como por pessoas.

Para acrescentar lógica ao sistema *www*, além das tecnologias que estão sendo desenvolvidas, os documentos (as ontologias) devem definir formalmente as relações entre a utilização dos termos dos metadados, que contêm informações semânticas sobre os dados. Essa noção de ontologia deve, portanto, ser a ferramenta-chave para conquistar o entendimento entre os envolvidos (usuários, programas e desenvolvedores) nesse processo de comunicação. Se estiver bem desenhada, a *web* semântica, como destaca Tim Berner Lee, pode ajudar a evolução do conhecimento de modo geral. O projeto ainda não é uma realidade, alguns críticos acreditam que dificilmente será.

5 Base de dados e o estado da arte no jornalismo

A base de dados no jornalismo digital, atualmente, vai além do armazenamento da informação, como destacam Manovich (2001), Barbosa (2004b), Fidalgo (2004) e Machado (2004). Promove transformações. Barbosa (2004b, p.1) destaca que a base de dados possibilita novas formas de tratar uma informação jornalística, “seja do ponto de vista da coleta/apuração, da organização/construção das narrativas, da publicação dos conteúdos, como também do armazenamento e da recuperação das informações”.

Aqui não se pretende esgotar as possibilidades do uso da base de dados, mas trazer à luz discussões que demonstram como essa tecnologia pode continuar a transformar o jornalismo. Ao destacar a base de dados como um espaço de composição de narrativas multimídia no jornalismo digital, Machado (2004, p.1) propõe que “a composição possa ser pensada como um tipo de enredo que determina os eventos de uma narrativa interativa dispostos em torno de um espaço audiovisual”. Nesse sentido, Fidalgo (2004, p.1) observa que a base de dados precisa de um novo tipo de classificação, que abarque texto, foto, som e vídeo. “A classificação é por si de natureza poliédrica, mas obedece ao imperativo de juntar todas as faces possíveis, tendendo assim no limite para a esfera.” Em outras palavras, ainda destaca a necessidade de inserir, sempre que preciso, novos campos a uma base de dados.

Assim como os produtores do *Vídeo Show*, da Rede Globo, encontram em pouco tempo todas as cenas de beijos em novelas, séries e outros tipos de programas televisivos com o apoio de uma base de dados para criar um quadro especial sobre beijos, no jornalismo digital o usuário e o mediador também podem cruzar os resultados obtidos em uma pesquisa e obter informações de valor noticioso que podem gerar novas formas de narrativas multimídia. Os infográficos, os mapas e o uso de material de arquivo (Barbosa, 2004b) são exemplos de como o jornalismo digital ganhou novos recursos com o uso da base de dados. O jornal espanhol *El Mundo* (www.elmundo.es) tem trabalhado dessa forma, gerando infografias tridimensionais para contextualizar uma notícia.

No entanto, a base de dados no jornalismo digital tem explorado, *a priori*, a multilinearidade no momento do acesso. A *Folha Online* (<http://www.folha.uol.com.br/>), por exemplo, disponibiliza *links* de matérias arquivadas que são relacionados com o assunto do dia. Os jornais de fonte aberta também utilizam o arquivo para narrar uma história. O fato é contextualizado com *links* para um passado sempre “vivo”, que não cai no esquecimento por conta

dos avanços tecnológicos que podem auxiliar no processo de produção e recepção da mídia. É evidente que a reutilização da matéria ainda depende da vontade de um usuário, que pode optar entre os caminhos propostos pelo mediador.

A utilização do arquivo como enfiamento (*threading*), por exemplo, é um dos recursos mais utilizados por diários de fonte aberta, *blogs* e comunidades virtuais no ciberespaço. O Slashdot.org, um dos pioneiros do *Open Source Journalism*, tem utilizado com êxito esse formato. “As adições, os reparos e as críticas são incorporados desse modo num mesmo grupo ou campo”. (FIDALGO, 2004, p. 7)

O *The New York Times*, pioneiro na digitalização de todas as suas edições (Lima, 2004), aposta na base de dados como memória de um passado distante e/ou recente. No referido jornal, por exemplo, é possível pesquisar assuntos a partir do ano de 1851. Mas, o jornal, que é de livre acesso, cobra por esse tipo de serviço. Um artigo publicado em 1938, por exemplo, pode custar US\$ 3,95.⁸ O acesso à base de dados do jornal só é gratuito quando há *links* para matérias relacionadas aos assuntos tratados nas reportagens do dia.

A pesquisa de informações disponibilizadas na rede das redes tem ganhado muitas possibilidades nestes dez anos de jornalismo digital, mas a prática tem demonstrado que ainda são poucos profissionais e empresas que utilizam todas as potencialidades. Para Lima (2004), a busca por uma informação consistente torna-se cada vez mais complexa com as diferentes configurações de base de dados. Vera Lucia Lucas Pinto (apud LIMA, 2004, p.5), do Departamento de Documentação da Abril – DeDoc –, comenta que os jornalistas têm dificuldades no momento de pesquisar um assunto. “Eles não colocam palavras-chave, não têm paciência e não têm tempo. Muitos não têm habilidade para pesquisar e se perdem, isso é muito comum. Também existe muita gente boa, que consegue extrair uma pesquisa mais apurada, mas precisam de ajuda, pois não tem tempo.”



³ Disponível em <www.nytimes.com> Acesso em 05/2/2005.

Nesse sentido, é prudente repensar a base de dados como uma forma cultural no jornalismo, como apresenta Machado (2004), inspirado em Manovich. O uso de base de dados amplia o poder do mediador e do usuário no momento de contextualizar uma notícia. Fidalgo (2004, p.14) recorda que o uso dessa tecnologia “torna obsoleta as formas tradicionais de aprofundamento, acompanhamento e perspectivação das notícias”.

A precisão no jornalismo também é potencializada com a base de dados, que deixa de ser encarada simplesmente como um arquivo. Ela passa a ser, como destaca Manovich (2001), o centro do processo criativo da internet.

6 Algumas considerações

O esforço das experimentações da *Web Semântica* tem resultado na união de grupos multidisciplinares que estão contribuindo para a construção de um conhecimento, não só relacionado à técnica, mas ao processo de evolução do homem. São a partir dessas experimentações que surgem possibilidades de interagir com o usuário. “A proximidade com o usuário na mídia digital permite a criação de camadas de informação, conforme os desejos de cada um. Permite a adaptação do conteúdo à diversidade de perfis e necessidades” (SAAD, 2003, p. 255).

O uso da base de dados no jornalismo potencializa, como ressaltado anteriormente, a precisão e a contextualização da notícia. Nesse sentido, é necessário prestar mais atenção nessa tecnologia que abre muitas possibilidades para o jornalismo. Os jornalistas deveriam aprender mais sobre a base de dados para colaborar no seu processo de construção. Talvez seria precipitado pedir um maior envolvimento dos jornalistas no projeto de *Web Semântica*, mas torna-se prudente repensar muitas das rotinas produtivas do jornalismo. Elas realmente estão obsoletas com o uso da base de dados, já responsável pela criação de novas narrativas multimídia para o jornalismo digital.

Data Base: Journalism Extensive Memory

ABSTRACT

On informational revolution, the problem is in the excessive quantity of data. The question of how to find the requested information in a little while has been made by many researchers, including a reflection about a particular way to storage these data, on an attempt to transform them on a "live" registry, from "active" files that will constitute a "dynamic" data base to create knowledge to its user. In this sense, knowledge is said to be an object of thought appropriation. The creation of this kind of data base has been the object of analysis of a variety of different research institutes worldwide. Many of them have stated the search of an adequate heuristic as its object of study, promoting knowledge. In this present paper, we will take a look at some proposals and debates concerning data base as a cultural way of journalism. Newspapers have a versatile data base – a primary source of research for the historians –, as an example, they are essential in business world and they can generate knowledge and open new doors to many society's sectors.

KEYWORDS: Data base. Journalism online. Cyberculture

Base de datos: La memoria extensiva en el periodismo

RESUMEN

En la revolución de la información, el problema está en la cantidad excesiva de datos. La cuestión de sobre como encontrar en poco tiempo la información solicitada ha despertado la reflexión de muchos investigadores, que intentan imaginar un modo apropiado de almacenar esos datos, en un intento de transformarlos en registros "vivos", de archivos "activos", que constituirán una base de datos "dinámica" para generar el conocimiento a su usuario. Aquí, conocimiento es entendido como apropiación del objeto por el pensamiento. La creación de una base de datos ha sido objeto de análisis en las más distintas áreas de instituciones de investigación de diversas partes del mundo. Muchos tienen por objetivo encontrar una heurística apropiada a determinado objeto en favor del conocimiento. En este trabajo, se lanzará una mirada sobre algunas propuestas y discusiones sobre la base de datos como forma cultural en el periodismo. Con una base de datos dinámica, los periódicos – considerados por historiadores como fuentes primarias de investigación, imprescindible en el mundo de los negocios – pueden generar conocimiento y abrir nuevas oportunidades para diversos sectores de la sociedad.

PALABRAS-CLAVE: Base de datos. Periodismo. Cibercultura.

Referências

- BAIRON, Sérgio; PEREZ, Clotilde. **Comunicação & marketing**. Teorias da comunicação e novas mídias. São Paulo: Futura, 2002.
- BARBOSA, Suzana. **Banco de dados como metáfora para o jornalismo de terceira geração**. Trabalho apresentado na sessão temática Novas T(www.nytimes.com). Acesso em 05/12/2005). ecnologias, Novas Linguagens, no VI LUSOCOM, Covilhã, Portugal, abril de 2004a.
- BARBOSA, Suzana. **Identificando remediações e rupturas no uso de banco de dados no jornalismo digital**. Trabalho apresentado na mesa coordenada Banco de Dados como forma cultural no Jornalismo, no III Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, Salvador, novembro de 2004b.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v.1.
- CENDÓN, Beatriz Valadares. **Base de dados de informação para negócios**. **Revista Ciências da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 30-43, maio/ago. 2002.
- DAVENPORT, Thomas. **Ecologia da informação**. São Paulo: Futura, 2000.
- FIDALGO, Antonio. **Sintaxe e semântica das notícias on-line. Para um jornalismo assente em base de dados**. Texto apresentado no XII Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação(Compós), Recife, junho de 2003.
- FIDALGO, Antonio. **Do poliedro à esfera: os campos de classificação a resolução semântica no jornalismo online**. Trabalho apresentado na mesa coordenada Banco de Dados como forma cultural no Jornalismo, no III Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, Salvador, novembro de 2004.
- GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**. São Paulo: Senac, 2003.
- HUYSSSEN, Andreas. **Resistencia a la memoria: los usos y abusos del olvido público**. Palestra proferida na abertura do XVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizada, em Porto Alegre, no dia 31 de agosto de 2004.
- LAUDON, Kenneth; LAUDON, Jane. **Sistemas de informação**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- LIMA, Walter. **Jornalismo inteligente (ji) na era do data mining**. Trabalho apresentado na mesa coordenada Banco de Dados como forma cultural no Jornalismo, no III Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, Salvador, novembro de 2004.
- MACHADO, Elias. **Banco de dados como formato no jornalismo digital**. Trabalho apresentado na sessão temática Novas Tecnologias, Novas Linguagens, no VI LUSOCOM, Covilhã, Portugal, abril de 2004.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.
- MENDEZ, Rosemary Bars. O jornalismo como processo histórico. **Idade Mídia** São Paulo, Fiam Faam, Ano I, v.1, n.1, p. 93-109, 2002.

MOREIRA, Sonia Virgínia; MORENO, Carlos A. de Carvalho. Mídia e Discursos da Memória. Entrevista com Andreas Huyssen. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, Intercom, v.XXVII, n. 1, janeiro/junho de 2004.

NAFRÍA, Ismael. **El futuro de internet tiene nombre**: web semântica, site www.enredando.com, acessado em 29 de maio de 2001.

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital**. São Paulo: Senac, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2003.

Claudia Irene de Quadros

Doutora em Jornalismo Digital pela Universidad

La Laguna (ULL - Espanha),

Professora do Programa de Mestrado em Comunicação e

Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)

E-mail: claudiaquadros@hotmail.com