

Desenvolvimento de material didático para o jornalismo, acerca das ferramentas Google¹

Karyne Fernanda Assunção Costa²

Ingrid Pereira de Assis³

Universidade Federal do Tocantins - UFT

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal desenvolver de material didático acerca das ferramentas Google, capacitando profissionais da área do jornalismo para utilizarem, com desenvoltura, tais ferramentas em suas rotinas produtivas. A pesquisa está em desenvolvimento e, portanto, os resultados aqui apresentados focam no mapeamento do uso de tais ferramentas por dois veículos tocantinenses: a Gazeta do Cerrado e a Agência Tocantins. Trata-se, metodologicamente, de uma pesquisa aplicada. **PALAVRAS-CHAVE:** Google; pesquisa aplicada; jornalismo; arranjos alternativos; material didático.

INTRODUÇÃO

Este resumo é fruto de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), que integra uma investigação macro intitulada “O uso das ferramentas do Google por arranjos jornalísticos alternativos no Tocantins”, sob coordenação da professora Dra. Ingrid Pereira de Assis. Esta pesquisa mais ampla tem como objetivo central: analisar e mensurar o impacto das ferramentas do Google nas rotinas e produções de conteúdo de arranjos jornalísticos alternativos no estado do Tocantins.

Já esta pesquisa de Pibic tem como objetivos: desenvolver de material didático acerca das ferramentas Google, capacitando profissionais da área do jornalismo para utilizarem, com desenvoltura, tais ferramentas em suas rotinas produtivas. Trata-se, portanto, metodologicamente, de uma pesquisa aplicada.

Frisa-se que os arranjos jornalísticos do Tocantins que concordaram em participar da pesquisa já assinaram o termo de concordância, sendo eles: Gazeta do

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT06NO - Comunicação e Educação, evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025. O presente trabalho foi realizado com o apoio da UFT.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFT. E-mail: karyne.assuncao@mail.uft.edu.br.

³ Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFT; doutora em Jornalismo pela UFSC, mestre em Ciências Sociais, pela UFMA, e bacharel em Comunicação Social – Hab. Jornalismo, pela UFMA. E-mail: ingrid.assis@mail.uft.edu.br.

Cerrado e a Agência Tocantins. Por envolver seres humanos de forma direta, a pesquisa foi submetida ao sistema do Comitê de Ética em Pesquisa da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CEP/CONEP), por meio da Plataforma Brasil, tendo sido aprovada sob o CAAE 70228123.1.0000.5519.

Tendo em vista tais aspectos, segue-se no próximo tópico para o detalhamento da escolha desses dois veículos, bem como explicação acerca dos procedimentos metodológicos realizados. Antes, é importante observar que se trata de uma pesquisa em andamento e que, portanto, ainda traz resultados preliminares, como o mapeamento do uso de tais ferramentas por jornalistas dos dois veículos tocantinenses supracitados.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para se chegar aos arranjos selecionados para integrar o *corpus* desta pesquisa, partiu-se da lista de arranjos mapeada pelo Atlas da Notícia⁴ e dos critérios de inclusão e exclusão abaixo:

Quadro 1: Critérios de inclusão e exclusão para recorte dos participantes da pesquisa.

CRITÉRIO DE INCLUSÃO	CRITÉRIO DE EXCLUSÃO
Ser um arranjo jornalístico alternativo	Ser veículo jornalístico mainstream (Ex: G1 Tocantins, que pertence à Globo)
Atuar como Jornalista em um arranjo alternativo	Não ter jornalistas formados atuando e produzindo conteúdo
O arranjo ter mais de 10 colaboradores	O arranjo ter menos de 10 colaboradores.
Ter diploma de Jornalista	Não concordar em participar da pesquisa, após envio do projeto e do TCLE

Fonte: Quadro elaborado por Ingrid Pereira de Assis para a pesquisa principal (2023).

A partir desse recorte, chegou-se aos dois arranjos supracitados, utilizando como parâmetro de busca, no Atlas da Notícia⁵, as opções: a) Em *status* do veículo: ativo; b) em tipo de mídia: on-line e c) por localidade: Região Norte, Tocantins enquanto Unidade Federativa e Palmas, como município; identificou-se 40 iniciativas jornalísticas, a partir deste primeiro recorte. Destas, foram eliminadas as que faziam parte de grandes conglomerados de comunicação, como por exemplo o G1. A partir daí,

⁴ O Atlas da Notícia tem como objetivo mapear veículos produtores de notícias – especialmente de jornalismo local – no Brasil. São mapeados veículos que publicam notícias de interesse público – em meios impressos ou digitais – e com periodicidade, que pode ser diária, semanal ou quinzenal. Trata-se de um projeto do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), mantenedor do Observatório da Imprensa, em parceria com Volt Data Lab. Ver mais em: <https://www.atlas.jor.br/>

⁵ Tal seleção foi realizada no dia 11 de julho de 2023.

selecionou-se apenas os arranjos jornalísticos não *mainstream*⁶ e que apresentavam mais de 10 colaboradores. Assim, seria possível contar com a participação de um número maior de jornalistas vinculados a um projeto específico e, portanto, mensurar os diferentes processos de aprendizagem e os impactos desses processos em um mesmo arranjo. Chegou-se, então, a sete veículos: Conexão Tocantins, Portal Agora-TO, Orla Notícias, Agência Tocantins, Perfil TO, Cidades do Tocantins e Gazeta do Cerrado. Todos apresentam, segundo o Atlas, periodicidade contínua ou diária. O Portal Agora-TO, por exemplo, estava fora do ar, por isso, foi eliminado da investigação.

Quadro 2: Resultado do convite para participação da pesquisa

SITE	PERIODICIDADE	SITE	SITUAÇÃO
Conexão Tocantins	contínua	conexaoto.com.br	SEM RESPOSTA.
Orla Notícias	Diária	orlanoticias.com.br	O CONTATO TELEFÔNICO ESTÁ PROGRAMADO PARA NÃO RECEBER CHAMADAS. TENTOU-SE, TAMBÉM, VIA REDES SOCIAIS, MAS NÃO FOI OBTIDO RETORNO.
Agência Tocantins	Contínua	www.agenciatocantins.com.br	CONCORDOU EM PARTICIPAR.
Perfil TO	Contínua	www.perfilto.com	SÓ VOLTA A FUNCIONAR EM AGOSTO E ISSO ATRAPALHARIA A RESSUBMISSÃO COM COMITÊ DE ÉTICA.
Cidades do Tocantins	Diária	www.cidadesdotocantins.com	NEGOU A PARTICIPAÇÃO.
Gazeta do Cerrado	Contínua	gazetadocerrado.com.br	CONCORDOU EM PARTICIPAR.

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras (2025).

Com isso, chegou-se então, aos dois arranjos escolhidos: a Gazeta do Cerrado e a Agência Tocantins, cujos termos de concordância com a pesquisa já foram assinados. Iniciou-se, assim, a pesquisa de cunho exploratório, para ampliar os conhecimentos acerca do domínio que tais jornalistas detêm das ferramentas do Google.

Para compreender o uso que tais veículos fazem das ferramentas e o nível de domínio sobre elas, elaborou-se um formulário para ser respondido pelos jornalistas que

⁶ Priorizou-se esse tipo de arranjo visto que inúmeras possibilidades criativas foram abertas pela internet e pelo barateamento da tecnologia (Silva, 2015). Isto tornou muito mais fácil a criação de arranjos jornalísticos alternativos, por isso, a ebulição de projetos regionais e locais (Jerónimo, 2015), nos últimos anos. Muitos deles se contrapõem editorialmente à produção massiva e comercial dos grandes conglomerados, ou seja, das formas discursivas dominantes reverberadas pelas mídias tradicionais (Lima, 2008). Ao mesmo tempo, tais arranjos atravessam muitas dificuldades estruturais para a permanência, inclusive financeiras, por isso, a escolha de veículos com esse perfil.

integram tais veículos. Tal formulário traz um levantamento de todas as ferramentas Google disponíveis para os usuários, seguindo a publicização e categorização do próprio Google, dividindo-as em: Para Todos, Para Empresas e Para Desenvolvedores. Este resumo expandido foca na divulgação dos resultados apreendidos a partir da aplicação de tal questionário.

Futuramente, a pesquisa seguirá na elaboração das capacitações acerca das ferramentas que foram escolhidas pelos jornalistas, bem como considerando o que há de novo e que pode ser frutífero para a rotina jornalística, como a ferramenta de Inteligência Artificial (IA), Gemini. No entanto, essa etapa da pesquisa ainda não foi desenvolvida e, por isso, não será abordada aqui com profundidade. Segue-se, então, para os resultados obtidos pela aplicação do questionário, que avaliou o conhecimento dos jornalistas acerca de tais ferramentas.

RESULTADOS PRELIMINARES

Conforme já mencionado, os primeiros meses da pesquisa de Pibic foram dedicados ao levantamento de todas as ferramentas Google acessíveis aos usuários, formulação e aplicação do questionário, criado via Google Forms. Identificou-se um total de 167 ferramentas, categorizadas em três sessões diferentes pela Google (Para Todos, Para Empresas e Para Desenvolvedores⁷). Seguiu-se, então, essa sistematização para averiguar o conhecimento do jornalista acerca das ferramentas, seu nível de domínio e interesse em aprendê-las. Jornalistas dos dois veículos já mencionados participaram da pesquisa.

Vale observar que o número de jornalistas atuantes nos arranjos, já não corresponde ao que está disponível no Atlas da Notícia. Atualmente, a Gazeta do Cerrado conta com dois jornalistas, bem como a Agência Tocantins. Todos os quatro profissionais responderam ao questionário enviado. Para fins de otimização do espaço, neste resumo, sintetizou-se as respostas obtidas de cada veículo:

- a) Gazeta do Cerrado - deste veículo responderam dois jornalistas, sendo um diretor e outro repórter. O diretor declarou que utiliza um grande número de ferramentas Google em sua rotina jornalística, trinta e oito (38) ao todo, mas

⁷ Ver lista completa em: <https://about.google/products/#all-product>.

avaliou seu nível de conhecimento como “médio” em todas. Em contrapartida, o repórter declarou utilizar apenas oito (8) ferramentas, avaliando seu nível de conhecimento como alto, para as categorizadas no item “Para Todos”, e como baixo para as ferramentas das demais categorias. O diretor avaliou o desempenho das ferramentas que utiliza como sendo 6 de 10 e demarcou ter interesse em aprender sobre a ferramenta Firebase⁸. Já o repórter avaliou o desempenho das ferramentas que utiliza como 8 de 10 e apontou interesse em aprender sobre a ferramenta Gemini, uma das mais novas do Google. Ambos demonstraram interesse em uma possível capacitação.

- b) Agência Tocantins - Deste veículo, responderam duas pessoas: o coordenador de redação e o repórter. O coordenador declarou utilizar 6 ferramentas Google, avaliando o seu conhecimento das ferramentas “Para todos” como médio, as de “Para empresas” como satisfatório e as de “Para desenvolvedores” como alto. O coordenador avaliou o desempenho das ferramentas que utiliza como 10/10, declarou ter interesse em uma possível capacitação, mas disse não ter interesse em aprender mais sobre nenhuma das ferramentas listadas. O repórter declarou utilizar somente 4 ferramentas, classificando seu conhecimento de todas as ferramentas como básico e disse ter interesse em aprender sobre o Google Docs, manifestando interesse, também, em uma possível capacitação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este resumo, como já mencionado, focou na primeira etapa de uma pesquisa que tem como objetivos: auxiliar no desenvolvimento de material didático acerca das ferramentas Google, capacitando profissionais da área do jornalismo para utilizarem com desenvoltura tais ferramentas em suas rotinas produtivas. Esta etapa inicial consistiu no levantamento das ferramentas e mapeamento do domínio que os profissionais, que atuam em dois arranjos jornalísticos tocantinenses, têm de tais aplicações.

⁸ Trata-se de uma plataforma de serviços de computação em nuvem de back-end e de desenvolvimento de aplicativos fornecidos pelo Google. A iniciativa hospeda bancos de dados, serviços, autenticação e integração para vários aplicativos, incluindo Android , iOS , JavaScript , Node.js , Java , Unity , PHP e C++ . Ver mais em: <https://firebase.google.com/?hl=pt>.

Nas próximas fases do projeto, a partir dos resultados obtidos com o formulário, dispostos no tópico anterior, será elaborado um material didático e uma capacitação, sobre algumas das ferramentas mencionadas e, posteriormente, será feita a avaliação do impacto de tal capacitação na rotina produtiva dos jornalistas que participarem.

Por se tratar de uma pesquisa que depende de agentes externos, as únicas dificuldades encontradas até o momento foram na comunicação com os veículos alternativos e na obtenção de respostas para o formulário. Vale pontuar que o cronograma proposto no plano de trabalho original foi parcialmente cumprido, estendendo-se apenas na fase de coleta de dados do formulário, devido a tal dificuldade.

REFERÊNCIAS

- JERÓNIMO, Pedro. **Ciberjornalismo de proximidade**: redações, jornalistas e notícias online. Covilhã, Portugal: Editora LabCom.IFP, 2015
- LIMA, V. A de. **As concessões de radiodifusão como moeda de barganha política**. Revista Adusp, 2008.
- SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador : EDUFBA, 2015.