

NOVAS INTERFACES NAS ROTINAS PRODUTIVAS E CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA: UMA CONTRIBUIÇÃO AOS ESTUDOS DA PROFISSÃO

LEONEL AZEVEDO DE AGUIAR¹
ANA PAULA GOULART DE ANDRADE²

RESUMO

O artigo visa problematizar as questões do campo de trabalho jornalístico, a partir de uma revisão bibliográfica sobre as novas interfaces que tensionam as rotinas produtivas profissionais e revelam reconfigurações no contexto da tecnologia digital, sobretudo com o uso da automação no processamento noticioso. O trabalho pretende identificar mudanças no exercício da profissão do jornalista, que apontam para uma adequação às novas formas de trabalho. Para isso, o artigo está ancorado em uma revisita às teorias clássicas do jornalismo, bem como nos recentes estudos sobre jornalismo de dados, tendo como elemento-chave a noção da credibilidade jornalística.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo. Credibilidade. Rotinas Produtivas. Robôs.

Introdução

A hipervelocidade dos avanços do aparato tecnológico – com destaque para a revolução digital e os artefatos dotados de larga capacidade de processamento de informação – multiplicaram os fluxos de objetos técnicos que atravessam a sociedade contemporânea e induziram a constituição de dispositivos de mediação generalizada, em cujo centro encontra-se instalada a própria tecnologia. Nessa perspectiva, a generalização da mediação tecnológica vem acarretando profundas transformações nos modos de atuação das práticas produtivas e, conforme Castells (1999), essas mudanças estruturais implicaram também modificações nos modos de produção dos conteúdos informativos. O campo do jornalismo se alargou incommensuravelmente e passou a abarcar múltiplas e diversas perspectivas que ressignificam as atividades jornalísticas.

-
- 1 Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e coordenador do curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ). Jornalista diplomado (UFF). Coordenador do Grupo de Pesquisa Teorias do Jornalismo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). E-mail: laa-guiar@uol.com.br.
 - 2 Doutoranda (Estágio Doutoral na Universidade da Beira Interior, Portugal) e Mestre em Comunicação pela PUC-Rio. Jornalista diplomada (Universidade Estácio de Sá). Professora nos cursos de Jornalismo da UFRJ, Faculdades Hélio Alonso e Faculdades Pinheiro Guimarães. Integrante da Diretoria Executiva da Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo (ABEJ). E-mail: goulartdeandrade@gmail.com.

Mesmo que mudanças estruturais afetem profundamente as rotinas produtivas e as práticas jornalísticas contemporâneas, o paradigma moderno – fornecer informações relevantes e credíveis – ainda cria as condições de possibilidade para a permanência de valores que continuam sendo identificados com o jornalismo: “a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço público” (TRAQUINA, 2005, p. 34). Ressaltamos, entretanto, que mais do que elementos identitários que produzem os laços de interação de uma cultura profissional, esses valores também fundamentam a legitimidade social do jornalismo. Conforme aponta Wilson Gomes (2009), ainda que, na atualidade, só seja possível afirmar que o jornalismo vinculado ao princípio do serviço ao interesse público fique restrito aos temas políticos, a responsabilidade ética não deve desaparecer. “Verdade, honestidade, correção, lealdade, respeito, equilíbrio, justiça, imparcialidade são todos valores e princípios que devem orientar uma ética do jornalismo mesmo lá onde o serviço ao interesse público não fizer sentido nem tiver cabimento” (GOMES, 2009, p. 87).

Em uma perspectiva que apresenta as discussões iniciais da revisão de literatura sobre as mudanças estruturais no jornalismo a partir da questão da tecnologia e dos tensionamentos deontológicos decorrentes, esse artigo visa contribuir com as reflexões sobre o papel do jornalista na sociedade contemporânea ao compreender as rupturas e continuidades nas rotinas produtivas e seus limites éticos em função da revolução permanente dos artefatos digitais no campo jornalístico. Para isso, a proposta faz uma revisita às teorias clássicas do jornalismo e lança olhares para novas possibilidades em busca da compreensão de outros arranjos no processo produtivo por meio da ação de algoritmos na produção, circulação e consumo de informação, trazendo à tona a discussão sobre a credibilidade jornalística. O procedimento metodológico adotado é o da pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2005).

Jornalismo em transição

Para realizar a análise proposta, portanto, é preciso considerar o processo histórico no qual as tecnologias aparecem. Pesquisadores da Economia Política da Comunicação, como Armand Mattelart (2006), ressaltam que as tecnologias não surgiram no campo da vida social, estando vinculadas às mudanças das bases tecnológicas requisitadas pelo capital. Para Mattelart (2006), esse é o caso das tecnologias que emergiram principalmente a partir da década de 1970, como a comunicação mediada por computador e as novas engenharias das telecomunicações. Ou seja, são criadas como formas tecnológicas para mediar relações entre Estados a serviço de um complexo militar industrial. No entanto, essas tecnologias também eclodem em outros campos, como na engenharia e na robótica. Nas análises clássicas da Economia Política da Comunicação, todo esse impulso visava produzir uma alteração nas formas tecnológicas a serviço do capitalismo em crise de produtividade. Portanto, nessas análises, as mutações tecnológicas não surgiram apenas para facilitar e nem requintar a comunicação entre os indivíduos, conforme assente no pensamento do senso comum; elas serviram, antes de tudo, como antídoto para uma crise, criando uma demanda da necessidade de articular um novo capital de produtividade.

Se essas tecnologias foram postas no campo da vida social e cultural, o que fazer com elas? Essa é uma questão central que Mattelart (2006) esclarece ao discorrer sobre uma “nova ordem mundial de informação”. Segundo esse autor, existe em um novo tipo de sociedade de

acordo com a época pós-industrial, em que a industrialização seria substituída pela informação. As proposições implícitas em conceituações como “sociedade da informação”, “sociedade da comunicação” e “sociedade do conhecimento” sugerem, portanto, uma concepção de mundo diferente do capitalismo industrial. A ideia gira em torno da necessidade de superar os impasses da Modernidade capitalista e, assim, alcançar outro ponto supostamente mais democrático. Trata-se, portanto, de uma sociedade informacional, projeto do capitalismo contemporâneo no qual o discurso midiático encobre as correlações do poder econômico com o poder político que estão envolvidos na apropriação pelos usos da informação, pelos diferentes grupos sociais e pelas diferentes sociedades nacionais.

A crítica a ser feita a estudos como o de Mattelart é a visão reducionista da função da tecnologia, abordando-a como meramente instrumental dentro da lógica de organização do capital. Autores como Castells (1999) e Lévy (1999) entendem que, se as instâncias socioculturais e tecnológicas estão imbricadas historicamente em uma relação biunívoca, as tecnologias digitais de informação e comunicação acabam não só produzindo novos ordenamentos e instabilidades, mas também introduzindo possibilidades não-previstas de apropriação social.

A distinção traçada entre cultura (a dinâmica das representações), sociedade (as pessoas, seus laços, suas trocas, suas relações de força) e técnica (artefatos eficazes) só pode ser conceitual. Não há nenhum ator, nenhuma “causa” realmente independente que corresponda a ela. As verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre “a” tecnologia (que seria da ordem da causa) e “a” cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas (LÉVY, 1999, p. 25).

Para esses dois autores, em suma, a tecnologia digital de informação e comunicação é o resultado de relações complexas entre economia, política e ciência que ocorrem no âmbito de demandas específicas da sociedade contemporânea. É justamente essa problemática teórica sobre as rotinas produtivas do jornalismo que ganha foco nesse trabalho. Esse novo modelo de produção baseado no processo de automação, com o uso de “bots”³ e algoritmos, já é interpretado como elemento inovador e, de certa forma, está alterando não só o saber jornalístico, como as rotinas produtivas e a representação social do campo jornalístico. Vale destacar que a automatização dos produtos noticiosos feita por robôs a partir dos usos de Interface de Programação de Aplicativos (API) já acontece nas produções jornalísticas realizadas no exterior desde meados da década de 2010.

Um relatório sobre o jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012), desenvolvido nos Estados Unidos e filiado à cibercultura, exalta a emancipação da cultura da participação, o *boom* da *web* 2.0 e o empoderamento das tecnologias digitais de informação e comunicação. O documento, dividido em três partes – jornalistas, instituições e ecossistema –, aponta para uma derrocada do jornalismo inventado na Modernidade e dá pistas de um cenário de revolução e adaptação aos novos modelos de negócios jornalísticos. O foco da discussão é que não existe mais a “indústria do jornalismo”, devido à liberdade e atuação dos novos atores no processo noticioso, em um cenário em que ocorre ao mesmo tempo uma “desintermediação” jornalística e uma “intermediação” dos próprios consumidores da informação. O dossiê afirma que o jornalismo sempre foi subsidiado e que, com a internet, esse processo sofreu uma

3 A expressão *bots* refere-se à abreviação da palavra *robot*. *Bots* são computadores que produzem textos padronizados a partir de dados recebidos.

ruptura, além de prever uma reestruturação obrigatória a partir da “comoditização” da notícia, visando à audiência. O documento também indica novas maneiras de organizar, executar e medir o jornalismo.

Anderson (2013) prossegue sua pesquisa na direção de uma abordagem sociológica do jornalismo computacional e algorítmico. Para ele, esse modo de fazer jornalismo deve ser visto como um modelo que utiliza formas algorítmicas e matemáticas no processo de produção das notícias e que já são adotadas, atualmente, por muitas empresas jornalísticas, além de ser apontado por diversas instituições de ensino como “o futuro das notícias”. Dörr (2015) realiza um mapeamento do jornalismo algoritmo para estudar como o uso de *softwares*, capazes de produzir textos automaticamente a partir de dados estruturados, está mudando a rotina produtiva nas empresas jornalísticas. Em sua análise, Dörr (2015) revela as limitações e possibilidades tecnológicas dos sistemas de NLG (*Natural Language Generation*, em inglês) – que pode ser traduzido por Geração Automática de Texto – e foca no potencial econômico do NLG no jornalismo, bem como indica sua institucionalização em nível organizacional. O pesquisador conclui que, embora o mercado de NLG no jornalismo ainda esteja em um estágio inicial de expansão do mercado, com apenas alguns provedores e produtos jornalísticos disponíveis, a Geração Automática de Texto já é capaz de realizar tarefas de jornalismo profissional, pelo menos neste nível técnico.

Wölker e Powell (2015) concordam que jornalismo automatizado – entendido como a produção autônoma de conteúdo jornalístico por meio de algoritmos, também conhecido como jornalismo-robô – tem cada vez mais destaque nas redações, pois permite a produção de inúmeras notícias de forma rápida e barata. No entanto, alertam: a forma como os leitores de notícias percebem a automação jornalística é fundamental para a empresa, pois todo produto comercial depende da aprovação do público. Como o público não pode verificar todos os eventos por si mesmo, é preciso confiar nos relatos dos jornalistas, o que torna a credibilidade uma atribuição de qualidade vital ao jornalismo na Contemporaneidade. Wölker e Powell (2015) concluem que a automação não substituirá, mas complementarará o jornalismo feito por jornalistas profissionais, ao facilitar a realização de tarefas rotineiras e a análise de grandes conjuntos de dados.

Estas três pesquisas acima citadas apontam que o jornalismo vem passando por importantes modificações e a relação com o público obviamente está reconfigurada, sugerindo novos comportamentos. No entanto, é preciso reconhecer alguns matizes e considerar questões essenciais do jornalismo como bem público. Parece precipitado supor que o leitor/ouvinte/telespectador saltou de um mero consumidor e incorporou as técnicas e táticas como usuário/editor/distribuidor da notícia, remodelando as formas de organização entre produtores e consumidores, além de subjugar o jornalista a um curador da notícia, embora se admitam as tensões, adaptações e novas oportunidades no que se pode chamar de ambiente multiplataforma.

Com o surgimento de novas formas comunicacionais, ocorre a proliferação de acontecimentos midiáticos com a aparência de “verdade” apenas pela utilização de dispositivos digitais que funcionam como multiplicadores de conteúdos. Esses dispositivos geram uma infinidade de “matéria-prima” que – mesmo sem cumprir os procedimentos profissionais de apuração jornalística – ora preenche as capas dos jornais ou *sites*, ora ocupa espaços nas grades de programação de emissoras de rádio e televisão. Mas, é preciso reforçar o quão ingênuo é pensar ainda a tecnologia somente como instrumento. As técnicas carregam consigo uma materialidade específica que também engendram formas de pensar e de sentir, possibilitando concepções de

vidas, que não são neutras, ou seja, formatam mundo e realidades. Considera-se aqui que todo instrumento traz sentidos e seus usos abrem possibilidades de utilidades que precisam estar previstas em um objeto técnico, pois está na natureza dessas tecnologias novas a economia do tempo, por exemplo. Essas questões produzem impactos e consequências sobre as formas de vida social, promovendo uma sociabilidade que é forjada a partir de mecanismos de contatos mais velozes e imediatistas.

O que se pretende chamar a atenção é para a compreensão do cenário da contemporaneidade como uma noção necessariamente problemática e desfazer o equívoco de que o que é contemporâneo anula e rompe com todo o processo técnico vivido anteriormente. A intervenção tecnológica promove melhores maneiras de fazer o que já era feito em tempos atrás. Existe, assim como antes, uma construção de montagem que implica escalas, recepções e maneiras de pensamento diferentes, como se fosse uma construção de algo já construído e por assim em diante. O imaginário que cerca as tecnologias digitais de informação e comunicação aparece sustentado por uma utopia fabulosa. Forjado social e culturalmente, esse imaginário conecta essas tecnologias a um espaço diferenciado, de tal maneira que o ciberespaço surge como a ideia de uma espécie de um “novo paraíso”: esse imaginário tecnológico é um espaço mais livre, aberto e interativo, contendo inclusive uma série de valores e de crenças imagéticas acerca das tecnologias digitais de informação e comunicação. Esses valores e crenças ajudam a sustentar a dicotomia entre as “mídias antigas” e as “novas tecnologias”. Nesta distinção, as “novas” mídias e o ciberespaço representam o lugar da liberdade, da fluidez e do exercício da imaginação; já “velhas” mídias seriam os mundos do negativo e da operação do poder.

É notório que, nesse contexto, instaura-se uma determinada crise no discurso jornalístico, se compreendermos que o jornalismo passa por um processo de transição. No entanto, não é correto um viés determinista que aponta as tecnologias digitais de comunicação e informação como fator preponderante pela crise contemporânea do jornalismo. Certamente as transformações tecnológicas tiveram – e estão tendo cada vez mais – impacto no campo jornalístico e contribuem para o enfraquecimento social do jornalismo, mas a questão central dessa problemática pode ter origem na forma como o mercado jornalístico está constituído hoje e nas práticas produtivas que são impostas aos seus profissionais.

As mudanças no mercado de trabalho, que trouxeram a necessidade de novas práticas interacionais, são alvo de estudo de pesquisadores brasileiros. Moretzsohn (2014) chama atenção para os reflexos que a internet provocou com a inserção do jornalismo digital no jornal *O Globo*; tanto no novo processo de produção da notícia que foi imposto quanto nas condições de rotina profissional. O resultado foi uma sobrecarga de trabalho sem remuneração e um produto editorial regido pela lógica de uma audiência fragmentada e dispersa a qualquer preço.

Seria preciso discutir mais profundamente essa questão, pois não só é impossível atender a todos os públicos como certo comportamento, cada vez mais comum no meio virtual, é francamente incompatível com qualquer perspectiva de trabalho jornalístico: é a exacerbação do imediatismo do frequentador de mídias sociais como o facebook, por exemplo, que leu apenas o título do link e já está comentando um texto que desconhece. Quer interagir sem ler. Para obrigá-lo a clicar no link, uma estratégia é não “entregar” a informação no título – como todo bom título, tradicionalmente, deveria fazer –, mas suscitar a curiosidade, no estilo “foram atravessar a rua e veja o que aconteceu”, muito comum em publicações no facebook (MORETZSOHN, 2014, p.71).

Nesse processo transitório, os *clicks* deram sinais de que seriam determinantes para o novo ritmo de trabalho na redação do *Infoglobo*, mesmo que os profissionais ainda estivessem executando funções sem o pleno conhecimento ferramental. O campo jornalismo é formado por meio de uma negociação dentro de um fluxo contínuo de critérios variados, em que, de um lado, se posicionam as empresas de comunicação e, de outro, os jornalistas. Os editores do Infoglobo já estavam – impulsionados pela velocidade tecnológica – obedecendo a um regime de tempo cada vez mais escasso, principalmente pela sinergia dos meios de comunicação imputando uma concorrência mais difusa, conforme as normas impostas pela instituição. De acordo com Breed (1993), culturalmente, os profissionais comportam-se interiorizando a lógica das sanções normalizadoras, os sentimentos de obrigação e de estima com os superiores, além da aspiração de mobilidade e o prazer da atividade jornalística. Ora, se o trabalho jornalístico depende de recursos utilizados na organização, somado ao fato que o jornalismo é um competitivo negócio estruturado como empresa, o fator financeiro é inevitável e, também, interfere na construção da produção da notícia, já que existe a necessidade de ser gerada receita de acordo com o número de visualizações de um conteúdo.

Todos os veículos competem para publicar seus links na *globo.com*, porque a partir dali a matéria terá muito mais visualizações. Esse controle é feito através do Google Analytics: os números oscilam como as ações da Bolsa. De acordo com os depoimentos, uma matéria que está sendo lida por, digamos, 200 pessoas, passa a ser lida por 1.500, 3 mil, 10 mil quando entra na *globo.com*. Essa situação acaba pautando os repórteres, interferindo nos apelos que eles precisam utilizar no próprio texto para tornar a sua matéria atraente para o portal (MORETZSOHN, 2014, p.73).

Ainda sobre as rotinas profissionais, é válido recorrer às análises de Figaro, Nonato e Grohmann (2013), que apontam para mudanças estruturais no jornalismo. A afirmação é que, se de um lado as redações tradicionais passaram por bruscas transformações (inclusive demissões), por outro, a tecnologia impulsionou a diversificação de conteúdo. “No meio disso, as mudanças tecnológicas, principalmente a partir dos dispositivos móveis, propiciaram uma maior facilidade na produção de material jornalístico” (GROHMANN, 2016, p.8). De acordo com Figaro (2014), é necessário valorizar de uma maneira abrangente tanto os profissionais, quanto os ambientes em que trabalham os jornalistas.

É relevante que se valorizem as diferentes formas de engajamento profissional, seja em blogs pessoais de informação, em instituições de diferentes perfis, em coletivos e associações, assessorias e organizações sociais, quaisquer que sejam as opções de viabilidade do fazer profissional, o importante é disputar a credibilidade do cidadão. Banalizar esses tipos de arranjos profissionais, desacreditando-os, fortalece os conglomerados de mídia que se esforçam por manter o monopólio do discurso jornalístico (FIGARO, 2014, p. 35).

As transformações tecnológicas que implicam mudanças no fazer jornalístico conjugam modificações estruturais e que fixam os profissionais nas redações com a ideia de “jornalista sentado” (NEVEU, 2006). Outra visão mais empreendedora, em um ambiente fora da mídia moderna e acionada pela adoção inevitável dos recursos tecnológicos, admite novos atores na composição do produto noticioso. Portanto, torna-se ainda mais instigante investigar as tensões no campo de trabalho jornalístico pensando no rumo dessa profissão, cada vez mais desafiada.

Jornalistas e desenvolvedores

Pensar estatisticamente na produção jornalística é admitir a influência de novas formas de métricas de audiência no processo noticioso. Questões envolvendo algoritmos, *bots* e rastreamento de dados compõem constantemente no atual universo de informações, ditando normas e caminhos a serem seguidos em todas as instâncias. Esse comportamento ocorre tanto no âmbito da produção, quanto da circulação e distribuição de conteúdos jornalísticos. O excesso de informação que circula como notícia na internet coloca o jornalismo em um grau de importância cada vez mais elevado, considerando a influência que ele exerce na vida das pessoas ao atuar simbolicamente no processo de construção social da realidade, o que tem causado impacto significativo no papel das audiências das mídias: “o crescimento vertiginoso do acesso às novas mídias tem modificado profundamente as velhas estruturas de produção e difusão de bens culturais” (CANELA; SIQUEIRA, 2011, p. 90).

É válido lembrar que a institucionalização do jornalismo como fiscalizador do poder da esfera pública ocorreu em um terreno fértil onde se tinha o elemento notícia como valor, amparado no modelo da teoria democracia representado pela imprensa. Assim, os jornais foram transformados em produtos fabricados por empresas em que jornalistas atuavam executando as suas rotinas de forma profissional, construindo as notícias a partir de uma série variável e flexível de critérios de noticiabilidade (SILVA, 2014) e previsibilidade de acontecimentos, dentro de um esquema de ordenação de tempo e espaço (TRAQUINA, 2005).

Ocorre que, talvez, muito em breve, o que Traquina (2008) chamou de “tribo jornalística”, profissionais comprometidos coletivamente pela maneira semelhante de interpretar os acontecimentos do mundo, adquirir conhecimentos mais específicos do ponto de vista técnico para pensar em outras formas de fazer melhor o que o jornalismo já realiza e aproveitar os desafios impostos pelo impulso tecnológico. É compreensível que exista uma resistência ao pensar nessa aproximação e, também, na formação de um profissional híbrido⁴, capaz de conjugar o saber jornalístico com a expertise de processos no desenvolvimento de robôs, regressões estatísticas, habilidades em cálculos probabilísticos; ou seja, programações de máquinas a serviço do jornalismo como novas formas de apuração e, conseqüentemente, mediações algorítmicas. Isso se dá justamente pela preocupação com os códigos deontológicos da profissão e os limites éticos que essa nova realidade de mercado requisita.

Ao teorizar sobre as transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas para “além do Jornalismo”, Deuze e Witschge (2017) discorrem sobre o processo de diversificação da produção da informação e criticam a tendência dos estudos de jornalismo de ignorar as dimensões e as condições de trabalho, pois estas influenciam no produto comercial: as notícias. Ícone tipicamente moderno do jornalismo, as redações lotadas de jornalistas profissionais começam a se desmanchar nas mudanças pós-modernas do capitalismo pós-industrial. Segundo os autores, o trabalho jornalístico pós-industrial acontece também em casa, nos escritórios estilo ateliê de coletivos editoriais, em *startups* de jornalismo e em ambientes comerciais com acesso gratuito à internet. “Considerando o contexto individualizado de precariedade e de rede do trabalho jornalístico, torna-se imperativo interrogar criticamente a

4 Não há espaço neste artigo para discutir o uso do conceito de hibridismo nos estudos de jornalismo, mas autores como Witschge, Anderson, Domingo e Hermida (2018) apontam para a adoção de abordagens experimentalistas baseadas na prática que ajudem a superar as dualidades limitadas que, por muito tempo, regeram o trabalho teórico e empírico dessas pesquisas.

noção de 'organização' como quadro operacional para analisar o que é fazer jornalismo e ser jornalista" (DEUZE; WITSCHGE, 2017, p. 171).

Dessa forma, é preciso problematizar cuidadosamente essa questão dentro de uma cultura que, de fato, parece priorizar o jornalismo de dados de forma menos intuitiva e cada vez mais estatística, com o objetivo de utilizar métodos que quantifiquem a prática jornalística. Nesse caminho, será que essa automação que tanto influencia o processo noticioso não representa um risco para o rigor da objetividade jornalística? O poder das instituições de tecnologia como parte integrante do processo noticioso não seria prejudicial à democracia, considerando uma eventual dependência de mão de obra? Por essa ótica, a inserção de algoritmos no "mercado de notícias" não pode ser usada para qualquer finalidade?

Uma questão central para a discussão e compreensão do que até agora parece uma desordem no campo do trabalho jornalístico é a crença jornalística que aponta imbricações como a ética e a legitimação discursiva. Lisboa e Benetti (2015) recorrem a textos da Filosofia para problematizar a credibilidade jornalística do ponto de vista epistemológico. De acordo com as autoras, se o jornalismo é uma fonte de conhecimento da realidade, ele precisa nutrir três elementos fundamentais: a crença, a verdade e a justificação em seu próprio discurso. A credibilidade está ligada à confiança e pode ser constituída (de quem anuncia) ou percebida (atribuída pelo interlocutor):

Essa distinção é importante porque os valores que sustentam a credibilidade percebida – atribuída pelo leitor – nem sempre correspondem aos valores "canônicos" que desenham o *ethos* do jornalismo e que são geralmente associados à credibilidade constituída "do jornalismo" ou "do veículo". A credibilidade tem uma natureza intersubjetiva: para ser um predicado, não pode ser uma qualidade auto-atribuída, mas se forma no contexto de uma relação e é dependente da perspectiva de outro sujeito (LISBOA; BENETTI, 2015, p.12).

Por sua vez, para discutirem a credibilidade no âmbito da ecologia das redes digitais e os processos de hibridação e conectividade, Goulart de Andrade e Figueiredo (2017) percorrem diversos estudos, como os trabalhos de Thon e Jucks (2017) e de Savolainen (2011), para compreender como os usuários selecionam a informação mais relevante em relação à credibilidade percebida. De acordo com a análise dessas duas autoras, Rieh (2002) sugere que a avaliação da qualidade da informação receberia mais ou menos atenção dependendo da necessidade que o indivíduo teria para encontrar uma determinada informação, do uso que ele faria dessa informação e, principalmente, do impacto que esse uso traria para a vida dos participantes. Avaliar a qualidade da informação dependeria do assunto, o que, "em relação ao conhecimento prévio do indivíduo e a experiência em buscar informações em ambientes digitais, influenciaria em como a autoridade da fonte da informação sobre o assunto seria percebida" (GOULART DE ANDRADE; FIGUEIREDO, 2017).

Ao analisarem a crise na credibilidade no jornalismo a partir de dispositivos digitais e a propagação da *fake news* com imagens apócrifas, Goulart de Andrade e Figueiredo apontam que a credibilidade não seria avaliada, mas percebida em razão de fatores tais como: as credenciais da fonte da informação (escolaridade ou profissão); o estilo do texto; os elementos visuais do *website*; a inexistência de vínculos com instituições com fins lucrativos (TOMBROS *et al.*, 2005). Para elas, entretanto, outra análise (METZGER *et al.*, 2010) indica que a credibilidade seria percebida em razão de um conjunto de habilidades cognitivas, dentre as quais reputação, aprovação pelo grupo, consistência, atendimento a expectativas e nível de persuasão. O uso de

sites de busca e a habilidade de explorar as funções destes também seria um fator importante para verificar se a informação seria relevante e confiável. A leitura que percorrem mostra que White e Morris (2007) assinalaram que usuários mais experientes com sites de busca usariam critérios para escolher e avaliar a informação, diferentemente dos menos experientes, focando especialmente na posição, no *ranking* dos resultados da busca e no número de *links* que redirecionam para os *websites* mais populares. A partir dessa perspectiva, seria possível afirmar que usuários de aplicações da *web* (por exemplo, sites de busca e redes sociais), ainda que experientes, estão em uma posição vulnerável quando precisam verificar a qualidade da informação que encontram e, por conseguinte, se esta é confiável. A posição de vulnerabilidade estaria diretamente relacionada à suposta noção do que seria confiável, ao conhecimento prévio sobre o assunto, à experiência com os mecanismos de busca de informação digital e à habilidade para avaliar a relevância da informação em comparação com a satisfação de adquirir conhecimento sobre um assunto (WARWICK *et al.*, 2009).

Goulart de Andrade e Figueiredo (2017) afirmam que a credibilidade e a avaliação da qualidade da informação no contexto jornalístico são fatores de extrema importância, e, com o uso difundido de sites de busca, influenciariam diretamente a checagem dos fatos e da fonte da informação, em razão da rapidez com que tais materiais são compartilhados. Nesse sentido, as autoras apontam duas possíveis soluções para enfrentar a questão: 1) a necessidade da implementação de sistemas dentro das redações que facilitassem a verificação da procedência dos produtos amadores (GARRETT *et al.*, 2014); 2) a realização de treinamentos que familiarizassem os profissionais com elementos exclusivamente digitais – o uso de palavras-chave e *tags* – e a verificação da informação (BUSHEY, 2015).

Novas competências de análises como, por exemplo, o sistema *Big Data* pode ser considerado um fenômeno sociotécnico com impactos culturais, econômicos e políticos que originalmente tem a ver com a quantidade de dados de um determinado foco rastreado, mas também com a maneira dos usos e aplicações desses dados (LEWIS; WESTLUND, 2015). É preciso considerar que os indivíduos a todo instante fornecem pistas e deixam rastros seja via GPS, por celular ou uso de computadores⁵. Esse mapeamento serve tanto para aferir uma determinada audiência quanto para persuasão de novos negócios, promovendo principalmente implicações econômicas. Ao ponderar que os dados sempre foram “matéria-prima” do jornalismo, é possível supor que o que muda são as aplicações das novas técnicas para obter determinadas informações, criando um impasse entre jornalistas e desenvolvedores.

Lewis e Westlund (2015) categorizam quatro dimensões que ajudam na compreensão da abundância dos dados digitais e as implicações particulares no campo do jornalismo. A primeira diz respeito à epistemologia: o jornalismo é considerado uma instituição e como tal apresenta normas, sistemas e procedimentos específicos que legitimam o discurso jornalístico como “valor-verdade”. Um ponto a ser considerado é o excesso de dados, que coloca em xeque a validade do dado que é ofertado ao profissional para posterior interpretação. Por esse motivo o jornalismo de dados também é considerado um processo discursivo de construção de campo, de legitimidade e de fala, necessitando de interpretação para ser inteligível, já que a tecnologia não é neutra.

5 Ver em <https://computerworld.com.br/inovacao/apis-e-o-desenvolvimento-de-um-mundo-com-robos/>

A segunda dimensão é a expertise: os jornalistas seriam especialistas em interação, na medida em que traduzem o mundo dos dados para o público. No entanto, chamam atenção e classificam essa expertise de bipolar, pois tem como foco dois pólos: a fonte e a audiência. Dessa forma, é preciso considerar que a fonte deixa de ser uma pessoa física para ser dados. O jornalista, portanto, deverá dominar a linguagem dos dados para “entrevistar os dados”. Em terceiro lugar é pontuada a dimensão econômica do jornalismo e o impacto na democracia⁶. A análise chama a atenção para um tensionamento entre a área comercial e possíveis ajustes e interferências no editorial jornalístico a partir da criação de produtos e novos serviços em busca de audiência. Além, é claro, de redução de custos e automatização da redação (a previsão é que as grandes empresas agreguem um corpo tecnológico ao ambiente de trabalho jornalístico). Muitas redações, inclusive, já utilizam os *bots* a serviço do jornalismo (mais comumente para o esporte), com o argumento de que uma máquina faz o papel de rastreamento melhor e mais rápido do que os profissionais⁷. Esses recursos são Interface de Programação de Aplicativos (API) que prometem sucesso para um novo “negócio jornalístico”. No entanto, é consensual que os robôs são alimentados por dados, que não tenham nenhum tipo de demanda de análise, interpretação ou linguagem necessária para evolução do discurso. Cabe aos jornalistas este papel:

Jornalistas são, por definição, as pessoas que põem todo esse fenômeno em movimento. O jornalismo se refere a uma ampla gama de atividades associadas ao fazer jornalístico, incluindo reportagem, crítica, editoriais e emissão de opiniões sobre a forma das coisas. A importância do jornalismo é inegável e, embora seja alvo de frequentes discursos, tanto de apoio quanto de crítica ao seu desempenho, não existe fala sobre o jornalismo que sugira sua irrelevância. Pelo contrário, as condições contemporâneas insistem na centralidade do jornalismo – como um conjunto de práticas, como uma coletividade de indivíduos, como uma profissão e como instituição (ZELIZER, 2014, p.15).

Ou seja, um algoritmo só é capaz de desenvolver uma direção se esse comando for determinado previamente por alguém. Atualmente, são os programadores que decidem o que buscar. A pergunta é: não seria necessário o jornalista se aproximar desse saber e incorporá-lo às suas rotinas produtivas?

Por fim, tem-se a dimensão ética, compreendendo que na tecnologia não estão embutidos os valores éticos fundamentais do jornalismo. Esta dimensão é considerada uma fusão de dois campos: o primeiro, pela própria constituição do jornalismo como perspectiva ética de acordo com sua formação que valida a prática por meio da legitimação da narrativa; o segundo passa pela declaração de que no jornalismo de dados a produção da notícia deve ser marcada normativamente pela ética da transparência e resistência, além do respeito à privacidade e validade das informações adquiridas. Nesta dimensão ética, seria legítimo que o jornalista apresentasse os dados investigados, as fontes que o auxiliaram na construção textual e o caminho percorrido para a produção de uma determinada matéria, demarcando assim a busca de uma ética de transparência.

6 Ver em: <https://operamundi.uol.com.br/samuel/39252/jornalismo- robo-softwares-que-escrevem-noticias-dividem-industria-e-profissionais-de-midia>

7 Ver em: <https://www.tecmundo.com.br/robotica/106694-robos-automatizando-jornalismo-redacoes.htm>

Conclusão

O artigo, que explana os resultados iniciais de uma pesquisa ainda em curso, apresenta uma reflexão sobre as reconfigurações das práticas jornalísticas amparada por uma revisão bibliográfica sobre as mudanças estruturais no jornalismo. Traçamos um percurso teórico que nos permitiu discutir, ainda que sem um aprofundamento inovador, o emprego dos processos de automação nas rotinas produtivas do jornalismo e a consequente implicação da mediação algorítmica, com destaque para um debate sobre a credibilidade como uma questão ética para o campo jornalístico.

A questão do uso de robôs a serviço do jornalismo merece um olhar especial nas pesquisas futuras porque, na mesma medida da sua aceleração, existe ainda em processo de acomodação difícil de ser digerido com facilidade pela comunidade jornalística. Afinal, a questão central do jornalismo contemporâneo é a utilização dos processos de automação nas rotinas produtivas ou os jornalistas deveriam conectar-se aos novos sistemas de mediações algorítmicas e reforçar a credibilidade do campo jornalístico?

É possível avaliar que se, por um lado, a abordagem e o uso dos processos de automação no rastreamento de dados podem ser interessantes como ferramentas para o trabalho jornalístico, por outro, a investigação, a reportagem, a expertise, a mediação e o trabalho minucioso jornalístico nunca serão substituídos por máquinas, pois demandam interpretação. Desse modo, é legítimo que o jornalista adquira novos saberes do ponto de vista tecnológico para agregar mais conhecimentos às rotinas produtivas no âmbito das plataformas digitais. No entanto, não podemos reduzir o profissional a um mero curador da informação, que acompanha o processo noticioso nas novas plataformas digitais de trabalho na condição de coadjuvante.

É oportuno destacar a questão de Zelizer (2014): o que fazer com o jornalismo? Essa é uma discussão central no momento. Qual a função social da comunidade interpretativa dos jornalistas na contemporaneidade? Por hora, é buscar reconhecer as potencialidades, os problemas e desafios da atualidade diante do processo tecnológico de informação e comunicação, posicionando-se criticamente sobre os novos aspectos que decorrem dela.

NEW INTERFACES IN PRODUCTIVE ROUTINES AND JOURNALISTIC CREDIBILITY: A CONTRIBUTION TO THE STUDIES OF THE PROFESSION

ABSTRACT

This paper aims to problematize the issues within the journalism career, by presenting a literature review on the new interfaces that constrain the production routines in journalism, and also reveal transformations in the digital technology context, especially with the use of automation in news turnaround. This study intends to identify some changes in the career of journalists, leading to adjustments to new roles in this profession. In this sense, this paper is focused on reviewing classic theories in journalism, as well as analysing recent data journalism studies from the perspective of the journalistic credibility.

Keywords: Journalism Theories. Credibility. Production Routines. Robots.

Referências

- ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 2, n. 5, p. 30- 89, 2013.
- ANDERSON, Christopher W. Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. **New Media & Society**, v. 15, n. 07, p. 1005-1021, 2013.
- BREED, W. Controle social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.
- BUSHEY, J. Trustworthy citizen-generated images and video on social media platforms. **Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences**, p.1553-1564, 2015.
- CANELA, G.; SIQUEIRA, A. B. Regulação para a pluralidade e a diversidade na mídia. In: BARROS, J. M.; KAUARK, G. (Org.). **Diversidade cultural e desigualdade de trocas**. Participação, comércio e comunicação. São Paulo/Belo Horizonte: Itáu Cultural/Ed. PUC-MG, 2011.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. **Journalism**, v. 19, n. 2, p. 165-181, 2017.
- DÖRR, Konstantin N. Mapping the field of Algorithmic Journalism. **Digital Journalism**, v. 4, n. 6, p. 700-722, 2015.
- FIGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.
- FIGARO, R. Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 23-37, 2014.
- GARBETT, A. T.; COMBER, R.; EGGLESTONE, P.; GLANCY, M.; OLIVIER, P. Finding "real people": trust and diversity in the interface between professional and citizen journalists. **Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI'14**, p. 3015-3024, 2014.
- GOMES, W. **Jornalismo, fatos e interesses**. Ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.
- GOULART DE ANDRADE, A.P.; FIGUEIREDO, V. A crise na credibilidade no jornalismo a partir de dispositivos digitais e a propagação da *fake news* com imagens apócrifas. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 10. 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2017. p. 117-127.
- GROHMANN, R. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: dimensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 13, n. 1, p. 6-18, 2016.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.
- LEWIS, S. C.; WESTLUND, O. Big Data and Journalism: epistemology, expertise, economics, and ethics. **Digital Journalism**, v. 3, n. 3, p. 447-466, 2015.
- LISBOA, S.; BENETTI, M. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 2, p. 10-29, 2015.
- MATTELART, A. Mundialização, cultura e diversidade. **Revista Famecos**, n. 31, p. 13-19, 2006.
- METZGER, M. J.; FLANAGIN, A. J.; MEDDERS, R. B. Social and Heuristics Approaches to Credibility Evaluation Online. **Journal of Communication**, v. 60, n. 3, p. 413-439, 2010.
- MORETZSOHN, S. O "novo ritmo" da redação de O Globo. A prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 58-79, 2014.
- NEVEU, Erick. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- RIEH, Y., S. Judgment of Information Quality and Cognitive Authority in the Web. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 53, n. 2, p. 145-161, 2002.

- SAVOLAINEN, R. Judging the quality and credibility of information in Internet discussion forums. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 7, p. 1243-1256, 2011.
- SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (Org.). **Crítérios de noticiabilidade: problemas e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.
- STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.
- THON, F. M.; JUCKS, R. Believing in Expertise: How Authors' Credentials and Language Use Influence the Credibility of Online Health Information. **Health Communication**, v. 32, n. 7, p. 828-836, 2017.
- TOMBROS, A.; RUTHVEN, I.; JOSE, J. How users assess web pages for information-seeking. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 54, n. 4, p. 327-344, 2005.
- WARWICK, C.; RIMMER, J.; BLANDFORD, A.; GOW, J.; BUCHANAN, G. Cognitive economy and satisficing in information seeking: a longitudinal study of undergraduate information behavior. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 60, n. 12, p. 2402-2415, 2009.
- WHITE, R. W.; MORRIS, D. Investigating the querying and browsing behavior of advanced search engine users. **Proceedings of the 30th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval - SIGIR'07**, p. 255-262, 2007.
- WITSCHGE, Tamara; ANDERSON, Christopher W.; DOMINGO, David; HERMIDA, Alfred. Lidando com a bagunça (que fizemos): detalhando hibridismo, normatividade e complexidade nos estudos de jornalismo. **Libero**, v. 20, n. 41, p. 28-38, 2018.
- WÖLKER, Anja; POWELL, Thomas E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. **Journalism**, OnlineFirst, p. 1-18, 2018.
- ZELIZER, B. O que fazer com o Jornalismo? **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 2, p. 12-27, 2014.

Data de submissão: 05/07/2020

Data de aceite: 13/02/2021