

O Uso de *Bots* no Jornalismo e o Impacto nas Rotinas Produtivas¹

Leonel Azevedo de AGUIAR²

Ana Paula Goulart de ANDRADE³

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

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 de robôs no processamento noticioso. O trabalho discute a questão da mediação algorítmica como um novo ‘negócio jornalístico’ e pretende identificar mudanças no exercício da profissão do jornalista, que apontam para uma adequação às novas formas de trabalho. Para isso, o *paper* 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; rotinas produtivas; robôs.

Introdução

Atualmente, o dia a dia é marcado pelo fluxo contínuo de tarefas cada vez mais dotadas de comandos, regidos pela tirania do tempo e com um imediatismo tão fortalecido que a espera é inadmissível e nem sequer é possível explorar na totalidade o que uma determinada tecnologia lhe oferece. Esses efeitos repercutem no campo da subjetividade e estão extremamente articuladas ao nosso cotidiano. Assim, torna-se improrrogável a busca pela compreensão de linguagens e modos de comportamentos predominantes na atualidade, considerando que essas alterações de modo de produção capitalista criaram um processo de midiaticização da vida. As mídias, sob a forma das “mídias tradicionais”, ou das “novas mídias”, foram introduzidas no dia-a-dia e, invariavelmente, penetram no campo do trabalho, reconfigurando os sujeitos e ressignificando a relação com esses laços da vida social e econômica.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ), e-mail: laaguiar@uol.com.br.

³ Doutoranda e Mestre em Comunicação (PUC-Rio), Professora dos Cursos de Jornalismo (Ibmec e FPG), Coordenadora de Pós-Graduação (Facha), e-mail: goulartdeandrade@gmail.com.

Para fazer essa análise, portanto, é preciso considerar o processo histórico no qual as tecnologias aparecem. É importante ressaltar que as tecnologias não surgiram no campo da vida social. Elas vieram vinculadas às mudanças tecnológicas requisitadas pelo capital a partir da crise da época, principalmente as tecnologias que emergiram a partir da década de 70, da comunicação mediada por computador, ou ainda, as novas engenharias das telecomunicações. Ou seja, elas são criadas como formas tecnológicas para mediar relações entre Estados a serviço de um complexo militar industrial. No entanto, elas também eclodem em outros campos como na engenharia, na robótica, etc. Tudo para produzir uma alteração nas formas tecnológicas a serviço do capitalismo em crise de produtividade. Portanto, as mutações tecnológicas não surgiram apenas para facilitar e nem requintar a comunicação entre os indivíduos, elas serviram como antídoto para uma crise, criando, na verdade, uma demanda da necessidade de articular um novo capital de produtividade.

Mas se essas tecnologias foram postas no campo da vida social e cultural, o que fazer com elas, afinal? Essa é uma questão central que Armand Mattelart (2006) esclarece ao falar de uma “nova ordem mundial de informação”. Segundo Mattelart, 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 na sociedade da informação, na comunicação, no conhecimento, sugerem, portanto, um mundo diferente do capitalista industrial. A ideia gira em torno da necessidade de superar os impasses da modernidade capitalista e assim alcançar outro ponto mais evoluído, supostamente mais democrático, no qual finalmente chegaria a um ponto fixo, ou seja, ao ápice do desenvolvimento humano. Mas afinal, não é isso ocorre? Não se trata de uma sociedade informacional? Talvez esse seja o projeto do capitalismo, onde o discurso encobre na verdade as correlações de poder econômico, de poder político que estão envolvidos na apropriação pelos usos da informação, pelos diferentes grupos sociais, pelas diferentes sociedades nacionais, enfim disputas de relação de saber e poder. É justamente essa relação sobre as rotinas produtivas do jornalismo que ganha foco nesse trabalho. Esse novo modelo de produção baseado no sistema *bot*⁴ já é interpretado como elemento perturbador e, de certa forma, está alterando não só o saber jornalístico, como as rotinas produtivas e a representação social do campo jornalístico. Vale a pena destacar que a automatização dos

⁴ A expressão *bots* refere-se a abreviação da palavra *robot*.

produtos noticiosos feita por robôs a partir dos usos de Interface de Programação de Aplicativos (API) já é realidade no exterior, por exemplo.

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 novas tecnologias de informação e comunicação. O documento que é dividido em três partes (jornalistas, instituições e ecossistema), aponta para uma derrocada no jornalismo tradicional 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”, por conta da 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 ruptura, prevendo uma reestruturação obrigatória a partir da “comoditização” da notícia, visando a audiência e indicação de novas maneiras de organizar e executar e medir o jornalismo.

De fato, o jornalismo vem passando por importantes modificações e com isso a relação com o público obviamente está reconfigurada, sugerindo novos comportamentos. No entanto, é preciso reconhecer alguns matizes e considerar questões essenciais do jornalismo enquanto 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, subjugando o jornalista a um curador da notícia, embora se admitam as tensões, adaptações e novas oportunidades no que se pode chamar de ambiente multiplataforma.

Nesse contexto, o artigo pretende refletir sobre o papel do jornalista na sociedade contemporânea, compreendendo as rupturas, as continuidades, os desafios e limites éticos, dada a nova realidade do universo digital que se encontra em franco processo de expansão no fazer 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 credibilidade jornalística.

Jornalismo em transição

Com o surgimento de novas formas comunicacionais, a partir da revolução das tecnologias de informação, ocorreu uma proliferação de acontecimentos travestidos de verdade via inúmeros dispositivos digitais que funcionam como multiplicadores de conteúdos, gerando uma infinidade de matéria-prima que, mesmo sem a devida apuração, ora preenche as capas dos jornais ou sites; ora ocupa espaços nas grades de programação de emissoras de rádio e de televisão. A questão é que isso alimenta o jornalismo de uma maneira geral como forma de conhecimento por meio de uma realidade socialmente construída. 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 ser de pensar, de sentir, possibilitando concepções de vidas, que não são neutras, ou seja, formatam mundo e realidades. Considera-se aqui que todo instrumento traz sentidos, usos, abrem possibilidades de utilidades que precisam estar previstas em um objeto técnico porque está na natureza dessas tecnologias novas a economia do tempo, por exemplo. E isso tem impactos e consequências sobre as formas de vida social, promovendo uma sociabilidade que é forjada a partir de mecanismos de contatos mais velozes, mais 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. Em verdade, 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 em escalas, recepções e maneiras de pensamento diferentes, como se fosse uma construção de algo já construído e por assim em diante. É de fundamental importância a discussão sobre o imaginário que cerca as novas tecnologias, porque elas aparecem sustentadas por uma utopia fabulosa, forjada 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. É o lugar que o indivíduo pode ser o que, efetivamente, não é, no qual é possível esconder os seus defeitos e introjetar suas fantasias. Esse imaginário tecnológico é um espaço mais livre, aberto e interativo, contendo uma série de valores e de crenças imagéticas que cercam a natureza dessas novas tecnologias e que, inclusive, ajudam a sustentar uma dicotomia, entre as “mídias antigas” e as “novas tecnologias”, como se elas fossem de natureza

completamente diferentes. E essa distinção é operada (e aproveitada) pelo poder capitalista que cria o positivo e negativo. As “novas” mídias e o ciberespaço representam o lugar da liberdade, da fluidez, do exercício da imaginação em si; já “velhas” mídias seriam os mundos do negativo, da operação do poder. É importante perceber que esse imaginário ajuda a forjar essa distinção.

É notório que nesse contexto instaura-se uma determinada crise no do discurso jornalístico, compreendendo que o jornalismo passa por um processo de transição. No entanto, não é correto culpar exclusivamente as tecnologias digitais de comunicação e informação por isso. Certamente as transformações tecnológicas tiveram (e estão tendo cada vez mais) impacto e contribuem para esse enfraquecimento, mas a totalidade da culpa dessa agrura midiática vem da forma como o mercado jornalístico está constituído hoje e das práticas que ela impõe aos profissionais da área.

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. É preciso compreender que 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; de outro, os jornalistas. Claramente, os colaboradores já estavam movidos pelo embalo tecnológico 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 enquanto 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 ainda recorrer às análises de Roseli Figaro, Cláudia Nonato e Rafael 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).

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

Jornalistas *versus* desenvolvedores

Pensar estatisticamente na produção jornalística é admitir a influência de novas formas de métricas de audiência no processo noticioso. Não à toa, questões de algoritmos, “bots” e rastreamento de dados, comparecem 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. Naturalmente, 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 construir socialmente a realidade do mundo, 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 enquanto fiscalizador do poder como 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 com o coletivo pela maneira semelhante de ler o mundo, tenha que ultrapassar fronteiras e adquirir conhecimentos mais específicos do ponto de vista técnico, para pensar em outras formas de fazer melhor o que o jornalismo já faz por natureza e aproveitar os desafios impostos pelo crescimento tecnológico. Evidentemente é compreensível que exista uma resistência ao pensar nessa aproximação e formação de um profissional híbrido, conjugando 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.

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 neutralidade 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) ancoram-se na filosofia e trazem pistas para problematizar de forma contundente 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).

Inúmeros estudos no exterior também analisaram como a credibilidade é percebida no âmbito da internet (THON; JUCKS, 2017; SAVOLAINEN, 2011), dentre os quais buscaram compreender como os usuários selecionam a informação mais relevante em relação a credibilidade percebida (METZGER; FLANAGIN; MEDDERS, 2010). Rieh (2002) sugeriu 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 do estudo analisado por ele. A avaliação da qualidade da informação, nesse sentido, seria dependente 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.

Portanto, a credibilidade não seria avaliada, mas sim percebida em razão de fatores tais como: as credenciais da fonte da informação (escolaridade ou profissão); estilo do texto; e elementos visuais do *website*; inexistência de vínculos com instituições com fins lucrativos (TOMBROS *et al.*, 2005). No entanto, outras análises (METZGER; FLANAGIN; MEDDERS, 2010) sugeriram que a credibilidade seria percebida em razão de um conjunto de habilidades cognitivas, dentre as quais reputação, aprovação pelo grupo, consistência, se atendeu a expectativas e o 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. White e Morris (2007) apontaram que usuários mais experientes com sites de busca usariam critérios para escolher e avaliar a informação, diferentes 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, é 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, experiência com os mecanismos de busca de informação digital, e habilidade para avaliar a relevância da informação em comparação com a satisfação de adquirir conhecimento sobre um assunto (WARWICK *et al.*, 2009).

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, poderíamos apontar a necessidade de se implementar sistemas dentro das redações que facilitassem a verificação da procedência dos produtos amadores (GARBETT *et al.*, 2014), por exemplo, ou da realização de treinamentos que familiarizassem os profissionais com elementos exclusivamente digitais (o uso de palavras-chaves 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 implicações econômicas, principalmente. Considerando 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 *versus* 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 a *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

⁵ Ver em: <https://goo.gl/xHhtCL>

um processo discursivo de construção de campo, de legitimidade e de fala, necessitando carente de interpretação para ser inteligível, já que a tecnologia não é neutra.

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 polos: 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, na verdade, Interface de Programação de Aplicativos (API) que prometem sucesso para um novo “negócio jornalístico”. No entanto, é ponto pacífico 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 esse 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 alguma coisa, se esse comando for determinado previamente por alguém. Hoje, são os programadores que decidem o que

⁶ Ver em: <https://goo.gl/5mKtzc>

⁷ Ver em: <https://goo.gl/oKSKqx>

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. Na verdade, é considerada uma fusão de dois campos: o primeiro, pela própria constituição do jornalismo enquanto perspectiva ética de acordo com sua formação que valida a prática por meio da legitimação da narrativa; já 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. De tal modo que seria legítimo que o jornalista apresentasse os dados investigados, as fontes que o auxiliaram na construção textual, o caminho percorrido para a produção de uma determinada matéria, tudo em busca de uma ética de transparência.

Considerações finais

A questão do uso de robôs a serviço do jornalismo merece um olhar especial nas pesquisas, 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 de robôs 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 de *bots* em redações no rastreamento de dados podem ser interessantes, 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.

Faz-se 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.

Referências

- ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente. **Revista de Jornalismo ESPM**, 2012.
- 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. Anais**. v. 2015, p.1553–1564, 2015.
- CANELA, G.; SIQUEIRA, A. B. Regulação para a pluralidade e a diversidade na mídia. In: BARROS, J. M.; KAUARK, G. (Orgs.). **Diversidade cultural e desigualdade de trocas**. Participação, comércio e comunicação. São Paulo/Belo Horizonte: Itáu Cultural/Ed. PUC Minas, 2011.
- FIGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. (Orgs.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.
- FIGARO, R. Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações nos 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 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems - CHI '14**, p. 3015-3024, 2014.
- 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.
- LEWIS S. C.; WESTLUND, O. Big Data and Journalism: epistemology, expertise, economics, and ethics. **Digital Journalism**, vol. 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, E. **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. (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade – problemas e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **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.

ZELIZER, B. O que fazer com o Jornalismo? **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 2, 2014.