

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Jornalismo Automatizado: divisão de tarefas entre agentes autônomos artificiais e jornalistas

Krishma Carreira, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp

Resumo

Com a explosão de dados digitais e a evolução do campo da inteligência artificial, começou a ser introduzida uma ruptura tecnológica dentro de algumas empresas de jornalismo que tem profundo impacto sobre a cultura organizacional e a dos jornalistas: a automatização de funções como apuração, redação e distribuição de notícias. Este processo já ocorre nos Estados Unidos, Alemanha, Suécia, Reino Unido e China, em empresas como Associated Press, Forbes, Washington Post e Bloomberg. No Le Monde, por exemplo, os algoritmos redigiram notícias sobre as eleições em 2015. Os algoritmos, aqui chamados de agentes autônomos artificiais, produzem notícias baseadas em dados facilmente estruturados, como nas áreas de esportes, finanças e previsão de tempo. Este trabalho tem dois objetivos: mostrar como os algoritmos estruturam a matéria a partir do *lead* e do avanço da geração de linguagem natural e analisar as tendências e diferenças de funções entre jornalistas humanos e agentes autônomos artificiais e o que a automatização pode representar para a organização jornalística. As reflexões não adotam uma visão neutra ou determinista da tecnologia e partem de uma revisão bibliográfica de caráter exploratório e interdisciplinar e da abordagem da Teoria Ator-Rede.

Palavras-chave: Algoritmos jornalísticos; jornalismo automatizado; agente autônomo artificial no jornalismo

1.Introdução

Com as tecnologias digitais conectáveis foram introduzidas várias mudanças na sociedade, entre elas o acesso, a produção e a distribuição de informação, que deixaram de ser um monopólio das empresas jornalísticas. Atualmente, o jornalismo pode ser realizado melhor dentro ou fora da redação, por profissionais ou amadores, por parceiros ou especialistas. Tudo depende da matemática do ecossistema e, em última instância, da necessidade do consumidor de informação (ANDERSON; BELL e SHIRK, 2013). Recentemente, um novo ator passou a fazer parte do processo de

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

produção jornalístico: os agentes autônomos artificiais, que operam na internet, coletando dados de arquivo em arquivo, executando operações lógicas para resolver um problema ou tarefa. Eles trabalham em redes de componentes sem controle central, com regras de operação que crescem para o comportamento coletivo complexo, processam informações e adaptam-se através do aprendizado e da evolução. Portanto, eles operam dentro de um sistema complexo que é auto-organizado, emergente e não trivial (MITCHEL, 2009). Para compreender o novo ecossistema jornalístico, a abordagem da Teoria Ator-Rede (TAR) é empregada por ter uma visão menos antropocêntrica do social. Segundo ela, um agregado não humano pode ter relação e conectar-se com outro humano, dentro de uma concepção do social como uma associação momentânea e dinâmica. Assim, os algoritmos que redigem notícias são entendidos como atores - ou actantes - e como mediadores, uma vez que essas características modificam o ambiente que atuam, fazendo diferença no processo. Os textos automatizados são curtos e seguem a estrutura do *lead* jornalístico, que tem uma sequência de passos traduzida facilmente para uma lista de instruções para a máquina. Desta forma, os agentes autônomos artificiais estruturam a história, fazem um título e traduzem os dados para uma linguagem natural e compreensível para o ser humano.

Por ser um fenômeno recente, existem poucos estudos sobre a automação nas redações, atividade nomeada como *robot journalism* (CLERWALL, 2014; LATAR, 2014, 2015; ALJAZAIRI, 2016); *automated journalism* (LECOMPTE, 2015; GRAEFE, 2016) ou jornalismo automatizado (SANTOS, 2016) e *algorithmic journalism* (Diakopoulos, 2013; van Dalen, 2012). Neste trabalho, foi adotado o termo jornalismo automatizado. Nas redações onde ele é empregado, a justificativa econômica é a mais recorrente, pois os algoritmos geram notícias mais rapidamente do que os jornalistas e com custo menor. A partir da revisão bibliográfica interdisciplinar conclui-se que a automação está sendo vista como:

- a) Útil para histórias de rotina e tópicos repetitivos (GRAEFE, 2016; ALJAZAIRI, 2016); mas o texto é mais burocrático, não é criativo e pode ter

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

- problemas com metáforas e contextos culturais diversos. Os algoritmos não fazem pergunta “fora da caixa” (LATAR, 2015), reduzem a diversidade, complexidade, curiosidade e imaginação (CARR, 2015) e eliminam empregos de rotina do jornalista (LINDEN, 2016);
- b) Válida quando a velocidade é essencial (GRAEFE, 2016) e satisfaz a necessidade de imediatismo (LINDEN, 2016). Ela economiza tempo de produção de notícias e também, ao mesmo tempo, pode postar notícias rapidamente em redes sociais (LATAR, 2015);
 - c) Permite expansão da cobertura e aumento da receita através da personalização, (LECOMPTE, 2015; LATAR, 2015). Por outro lado, aumenta a pressão para adaptar conteúdo de acordo com retorno econômico (LATAR, 2015);
 - d) Identifica fatos despercebidos em enormes volumes de dados e gera decisões e processos editoriais mais eficientes ao fazer previsões e detectar tendências (LINDEN, 2016; LATAR, 2015);
 - e) Libera repórteres para tarefas que exigem mais qualificação, análise, investigação e contextualização (van Dalen, 2012; MOROZOV, 2012; CLERWALL, 2014; LECOMPTE, 2015. Mas muitos jornalistas ficarão limitados ao treinamento de algoritmos para definição de palavras e processos (LINDEN, 2016).

2.Referências Bibliográficas

ALJAZAIRI, Sena. **Robot journalism**: threat or na opportunity. Örebro University. 2016. Disponível em: < <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:938024/FULLTEXT01.pdf>>. Acesso: 15 jun. 2016.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily, SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptando aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**: Revista da Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, abr./mai/jun. 2013. Disponível em: < http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf> . Acesso em 20 jan.2015.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

CLERWALL, Christer. Enter the robot journalist: user's perception of automated content. In: **Journalism practice**. Special issue: future of journalism in an age of digital media and economic uncertainty. V.8, issue 5. New York: Taylor&Francis Online, 2014.

DIAKOPOULOS, Nicholas. Algorithmic accountability reporting: on the investigation of black boxes. **Town Center for Digital Journalism**. 2013. Disponível em: < http://towcenter.org/wp-content/uploads/2014/02/78524_Tow-Center-Report-WEB-1.pdf>. Acesso: 10 abr. 2016.

GRAEFE, Andreas. **Guide to automated journalism**. Town Center for Digital Journalism. Jan. 2016. Disponível em: < <http://towcenter.org/research/guide-to-automated-journalism/> > Acesso em 08 abr. 2016.

LATAR, Noam. The Robot Journalism in the Age of Social Physics: The end of human journalism? In: **The New World of Transitioned Media**. Springer, 2015.

LECOMPTE, Celeste. Automation in the Newsroom. **Nieman Foundation**, 1º. set. 2015. Disponível em: < <http://niemanreports.org/articles/automation-in-the-newsroom> >. Acesso em: 02 mar. 2016.

LINDEN, Car-Gustav. **Decades of automation in the newsroom**: why are there still so many jobs in journalism? March, 2016.

MOROZOV, Evgeny. **A robot stole my Pulitzer!** 2012. Disponível em: <http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_science_robot_journalists_customized_news_and_the_danger_to_civil_discourse_.html>. Acesso: 15 set. 2015

MITCHELL, Melanie. **Complexity**: a guide tour. New York: Oxford University Press, 2009.

VAN DALEN, Arjen. The Algorithms Behind the Headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. In: **Journalism Practice**. Volume 6, Issue 5-6. New York: Routledge, 2012.

SANTOS, Márcio Carneiro dos. **Comunicação digital e jornalismo de inserção**: como big data, inteligência artificial, realidade aumentada e internet das coisas estão mudando a produção de conteúdo informativo. São Luis: Labcom Digital, 2016.