



Convocatoria para recepción de artículos

Periodismo y algoritmos

V. 16, n. 3, December 2020

Editores convidados: André Lemos (UFBA) y David Domingo (ULB)

No es exagerado decir que la sociedad contemporánea está inmersa en un amplio proceso de *plataformización* (van Dijck, Poell, de Wall, 2018), *datificación* (Mayer-Schönberger, Cukier, 2013; van Dijck, 2014) y performatividad algorítmica (Cheney-Lippod, 2017; Lupton, 2016; Dourish, 2016; Gillespie, 2010; Finn, 2017). El conjunto de plataformización, datificación y performatividad algorítmica (PDPA) (Lemos, 2019) corresponde a la nueva fase del capitalismo, un capitalismo de datos o vigilancia (Zuboff, 2015), cuya dinámica está vinculada a cinco grandes empresas (GAFAM - Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) que controlan la economía digital en sus plataformas.

La plataformización de la sociedad actúa mediante la irradiación diaria de la recopilación de datos, desde plataformas digitales, sobre los movimientos personales más pequeños (como un mensaje, publicar una foto, escribir un comentario, comprar algo, visitar un lugar, etc.) generando inferencias sobre comportamientos e induciendo acciones. Este proceso básico de recopilación de datos es la datificación, significativamente más complejo que la digitalización, que consistía simplemente en convertir objetos analógicos en digitales.

Las plataformización y la datificación son expresiones del trabajo de los algoritmos, capaces de analizar grandes cantidades de datos y proponer soluciones a los problemas más diversos. Sus códigos se mantienen como un secreto industrial y, por lo tanto, son opacos y están dominados por una "epistocracia" (Danaher, 2016), lo que genera una sensación de neutralidad, eficiencia y racionalidad. Si la plataformización y la datificación son la forma de acción digital en la sociedad contemporánea, los algoritmos son el combustible que los impulsa.

Los algoritmos ejercen poder, generan políticas (Bucher, 2018), al modular las acciones en una amplia red de actores, influyendo en las cosmovisiones y, en consecuencia, en la dirección de la sociedad y la cultura. No solo evolucionan con los eventos, sino que también hacen evolucionar

los eventos a partir de conjuntos complejos de redes sociotécnicas. El poder del algoritmo radica en la posibilidad de inducir prácticas de sociabilidad, moldear acciones políticas e intervenir en la forma en que producimos conocimiento: eligen, clasifican y presentan cierta información y no otra.

Esta performatividad algorítmica cambia cómo accedemos a la información. Ya no se trata de "tener lo que se ve", como en la metáfora de las interfaces gráficas de usuario (Wysiwyg), sino de recibir información de la forma en que nos ven los procesos de creación de datos en las plataformas. Esta performatividad es amplia, diversa e inmanente, produciendo valor, fidelidad, efectividad, recuerdo. Por esa razón, es necesario aportar análisis tanto inmanentes como pragmáticos, más interesados en lo que hace el algoritmo que en lo que es, para dar cuenta de este fenómeno (Introna, 2016; Seaver, 2013).

Dado lo anterior, podemos pensar en los algoritmos como objetos multimedia. Son, al mismo tiempo, "canal - código - mensaje - cosmovisión", cuyas actuaciones en los procesos de "envío" y "recepción" se basan en selecciones de información para resolver problemas. Además, son una parte importante de la operación de todos los medios de comunicación digital reconocidos.

Tomando como punto de partida su comprensión como formas culturales, la problematización de cómo actúan estas redes sociotécnicas debería considerar las formas en que los algoritmos impactan y se ven afectados por sus interacciones con la sociedad y sus instituciones. El periodismo puede entenderse como uno de los campos en los que se perciben más claramente estas interacciones entre tecnología y sociedad, especialmente cuando se consideran sus configuraciones y propósitos históricos (Deuze, 2005, 2017; Park, 1955; Schudson, 1978, 1995; Chalaby, 1998; Rodrigo Alsina, 1989). Brin, Charron, Bonville, 2004; Gomis, 1991; Franciscato, 2005). Los algoritmos son artefactos técnicos situados en lo contemporáneo, pero responden a un viejo anhelo, basado en la imaginación acerca de una cierta capacidad de acumulación y procesamiento de información y conocimiento (Stefik, 1996; Davis, 1998; Noble, 1999). El periodismo y los algoritmos operan datos para producir información, pero su historicidad es distinta.

¿Qué sucede cuando estos agentes se encuentran? ¿Cómo interactúan hoy los algoritmos con la práctica periodística? ¿De qué manera puede evolucionar el periodismo como práctica profesional y como institución social? ¿Cómo interfiere el periodismo con las configuraciones sociotécnicas de los algoritmos? ¿De qué maneras se han activado los recursos de inteligencia artificial para responder a las demandas del campo periodístico? ¿Cómo enfrenta el periodismo los desafíos que presenta la efectividad de los algoritmos? (Anderson, 2013; Coddington, 2015; Diakopoulos, 2015; Dörr, 2016; Lewis, 2015). Más allá del volumen de datos y habilidades de procesamiento, la aparición de sistemas de inteligencia artificial parece poner al campo del periodismo frente a varios retos asociados con los principios mismos de la institución y la reconfiguración de la profesión: desde el punto de vista de las teorías del periodismo, sus valores (Carlson, 2017; Deuze, 2005, 2017), funciones (Schudson, 2007), propiedades (Groth, 2014) y prácticas.

Este dossier busca responder a las preguntas siguientes:

- ¿Cuáles son los desafíos y las perspectivas de los algoritmos para el "periodismo de datos"?
- ¿Cuáles son los procesos de desarrollo y adopción de soluciones algorítmicas para la recopilación, producción y distribución de noticias? ¿Cómo puede el uso de la visualización de datos y minería de datos afectar los procesos de información?

- ¿Cómo puede beneficiarse el periodismo del uso de *big data*, particularmente en procesos comunicativos en plataformas digitales y redes sociales?
- ¿Cómo se han empleado la automatización y la inteligencia artificial en la producción periodística y cuáles son sus perspectivas de futuro?
- ¿Cómo reconfigura la cobertura de noticias la relación entre periodismo y eficacia algorítmica? ¿Pueden estas interacciones generar nuevos formatos de noticias y modelos narrativos? ¿Cómo replantean la comprensión teórica de la construcción social de la realidad?
- ¿De qué maneras puede la automatización abordar los desafíos planteados por nociones como "post-verdad" y "fake news"?
- ¿Qué valores normativos y qué discursos sobre lo que el periodismo debería ser se encuentran en la configuración del periodismo algorítmico?
- ¿Quiénes son los actores (dentro y fuera de las salas de redacción) involucrados en los procesos de automatización periodística y qué roles juegan (periodistas, desarrolladores de software, fundaciones y organizaciones emergentes)? ¿Cuáles son los impactos de esta diversidad de actores en el mundo laboral y los modelos de negocio del periodismo?
- ¿Cuáles son los desafíos para la formación de periodistas y los currículos universitarios de periodismo cuando se considera el panorama de la incorporación de algoritmos en la producción periodística?

Artículos que proporcionen evidencia empírica y estudios de caso relevantes sobre el desarrollo y las consecuencias del periodismo algorítmico, así como aquellos que propongan enfoques teóricos y/o metodológicos innovadores para comprender mejor la intersección entre PDPA y periodismo, son bienvenidos en este número. Los temas de interés son (no exclusivamente):

- Plataformización y periodismo
- Datificación y periodismo.
- Automatización y periodismo.
- Algoritmos y periodismo de datos.
- Visualización de datos y periodismo
- Periodismo, inteligencia artificial y software de generación automática de textos
- Algoritmos, política y *fake news*
- Algoritmos, periodismo y humanidades digitales.
- Algoritmos y valores periodísticos.
- Algoritmos y formatos periodísticos.
- Algoritmos, privacidad y periodismo.
- Algoritmos, periodismo, política de datos y transparencia.
- Algoritmos e investigación aplicada en periodismo
- Ética de los algoritmos y del periodismo.
- Algoritmos y práctica periodística.
- Algoritmos y formación en periodismo.

Los artículos deben ser entre 40 000 y 55 000 caracteres con espacios.

Puesto que Brazilian Journalism Research publica dos versiones de cada artículo (portugués / español e inglés), los autores de los trabajos aceptados presentados en portugués o español deben proporcionar, además, una traducción al inglés. Del mismo modo, los artículos presentados y aceptados en inglés debe proporcionar una traducción al portugués o español. Un número seleccionado de documentos aceptados provenientes de contextos distintos a los

lusófonos o hispanoparlantes pueden ser elegibles para obtener servicios de traducción proporcionados por la revista.

Los artículos deben enviarse exclusivamente a través del sistema electrónico SEER / OJS, disponible del sitio web de la revista: <http://bjr.sbpjor.org.br>.

Si tiene alguna pregunta, envíe un correo electrónico a bjr@gmail.com.

Pautas para los autores:

<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/aboutsubmissions#authorGuidelines>

Plazos:

Presentación de trabajos: hasta el 30 de marzo de 2020

Notificación de aceptación: 30 de agosto de 2020

Entrega de versiones finales en inglés, portugués o español y con revisión e información adicional sugerida por los editores: 20 de septiembre de 2020

Publicación: 30 de diciembre de 2020

Referencias

Anderson, C. (2013). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New Media & Society*, 15(7), 1005–1021.

Brin, Colette; Charron, Jean; Bonville, Jean. (2004) *Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.

Bucher, Taina. (2018) *If ... Then. Algorithmic power and politics*. Oxford: Oxford University Press.

Carlson, M. (2017) *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. [s.l.] Columbia University Press.

Chalaby, Jean. (1998) *The Invention of Journalism*. London, MacMillan Press.

Cheney-Lippod, John. (2017). *We Are Data: Algorithms and The Making of Our Digital Selves*. NY: NYU Press.

Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331–348.

Danaher, J. (2016). The Threat of Algocracy: Reality, Resistance and Accommodation. *Philosophy and Technology*, v. 29, n. 3, 245–268.

Davis, Erik. (1998). *Techgnosis: myth, magic + mysticism in the age of information*. New York: Three Rivers Press.

Deuze, Mark; Witschge, Tamara. (2017). Beyond journalism: theorizing the transformation of journalism. *Journalism* 19(2), 165-182. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>

Deuze, Mark. (2005) What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>

Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic Accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398–415.

Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700–722.

Dourish, P. (2016). Algorithms and their others: Algorithmic culture in context. *Big Data & Society*, v. 3, n. 2, 1-11.

Dourish, P. (2017). *The Stuff of Bits: An Essay on the Materialities of Information*. MIT Press.

Finn, Ed. (2017). *What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing*. Cambridge, Mass. ; London: MIT.

Franciscato, Carlos. (2005) *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira.

Gomis, Lorenzo. (1991) *Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

Introna, L. D. (2016). Algorithms, governance, and governmentality on governing academic writing. *Science, Technology & Human Values*, 41(1), 17–49.

Gillespie, Tarleton. (2010). The politics of “platforms.” *New Media & Society* 12: 347–364.

Lemos, André. (2019) Os desafios atuais da Cibercultura. *Caderno de Sábado, Correio do Povo*, Porto Alegre, junho 2019. <http://www.lab404.ufba.br/?p=3599>

Lupton, Deborah. (2016). *The Quantified Self*. Malden: Polity Press.

Lewis, S. C. (2015). Journalism in an era of big data: Cases, concepts, and critiques. *Digital Journalism*, 3(3), 321–330.

Mayer-Schönberger, V.; Cukier, K. *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Kindle ed. [s.l.] Houghton Mifflin Harcourt, 2013.

Noble, David. *The religion of technology: the divinity of man and the spirit of invention*. London: Penguin Books, 1999.

Park, Robert E. (1955) *Natural History of the Newspaper. Society— Collective Behavior, News and Opinion, Sociology and Modern Society*. Illinois: The Free Press.

Rodrigo Alsina, Miquel. (1989) *La construcción de la noticia*. 2. ed. Barcelona: Paidós.

Schudson. Michael. (1978) *Discovering the news: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books.

Schudson. Michael. (1995) *The Power of News*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Schudson, Michael. (2007) News and democracy society: past, present and future. *The Hedgejog Review*. 10 (2), 7-21.

Seaver, N. (2013) Knowing algorithms. *Media in Transition*, 8, 1–12.

Stefik, Mark (ed). (1996) *Internet dreams: archetypes, myths and metaphors*. Cambridge: The MIT Press.

Van Dijck, J. (2014) Datafication, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance and Society* 12(2).

Van Dijck, J.; POELL, T.; WAAL, M.de (2018) *The Platform Society*. New York: Oxford University Press.

Zuboff, S. (2015) Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology* 30(1) 75–89