



Chamada de Trabalhos

Jornalismo e algoritmo

V. 16, n. 3, December 2020

Editores convidados: André Lemos e David Domingo

Não é exagero afirmar que a sociedade contemporânea está imersa em um amplo processo de plataformização (van Dijck, Poell, de Wall, 2018), dataficação (Mayer-Schönberger, Cukier, 2013; van Dijck, 2014) e performatividade algorítmica (Cheney-Lippod, 2017; Lupton, 2016; Dourish, 2016; Gillespie, 2010; Finn, 2017). O conjunto de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA) (Lemos, 2019) corresponde a nova fase do capitalismo, um capitalismo de dados, ou de vigilância (Zuboff, 2015), cuja dinâmica está vinculada a cinco grandes empresas (GAFAM - Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft) que controlam a economia digital através de suas plataformas.

A plataformização da sociedade atua pela irradiação quotidiana da coleta de dados, a partir de plataformas digitais, sobre os mais ínfimos movimentos pessoais (curtir uma mensagem, colocar uma foto, escrever um comentário, comprar algo, visitar algum lugar etc.) gerando inferências sobre os comportamentos, induzindo a ações. Esse processo de base de colheita de dados é a dataficação, bem diferente da digitalização que consiste em transformar objetos analógicos em digitais.

Plataformização e dataficação são expressões da performance de algoritmos. Eles analisam grandes quantidades de dados e propõem soluções para os mais diversos problemas. Os seus códigos são guardados como segredo industrial sendo, portanto, opacos e dominados por uma “epistocracia” (Danaher, 2016), gerando a sensação de neutralidade, eficiência e racionalidade. Se a plataformização e a dataficação são a forma de ação digital na sociedade contemporânea, os algoritmos são o combustível que as move.

Os algoritmos desempenham um poder e uma política (Bucher, 2018) por modularem ações em uma ampla rede de atores, influenciando visões de mundo e, conseqüentemente, os rumos da sociedade e da cultura. Eles não apenas mudam com os eventos, como também mudam os próprios eventos a partir de complexos agenciamentos de redes sociotécnicas. O poder do algoritmo está na possibilidade de induzir práticas de sociabilidade, conformar ações políticas e intervir na forma como produzimos conhecimentos (eles escolhem, classificam e apresentam uma determinada informação).

Essa performatividade algorítmica muda as formas de agenciamento da informação. Não se trata mais de "ter aquilo que se vê", como na metáfora das interfaces gráficas ao usuário (Wysiwyg), mas de receber informação a partir da forma como somos vistos pelos processos de dataficação nas plataformas. Essa performatividade é ampla, diversa e imanente, produzindo valor, engajamento, eficácia, lembrança. Portanto, análises imanentes e pragmáticas, mais interessadas no que o algoritmo faz do que naquilo que ele é, devem ser chamadas à baila para dar conta do fenômeno (Introna, 2016; Seaver, 2013).

Dado o exposto, podemos pensar nos algoritmos como objetos midiáticos. Eles são, ao mesmo tempo, "canal - código - mensagem - visão de mundo", cujas performances na "emissão" e na "recepção" se dão a partir de escolhas de informações para resolver problemas. E, mais ainda, eles são parte importante no funcionamento de todas as reconhecidas mídias de comunicação digitais.

A partir de sua compreensão como formas culturais, a problematização de como atuam essas redes sociotécnicas deve considerar "atravessamentos" - os modos a partir dos quais algoritmos impactam e são impactados por suas interações com a sociedade e suas instituições. O Jornalismo pode ser compreendido como um dos campos em que esses atravessamentos são percebidos, especialmente quando consideramos suas configurações históricas e suas finalidades (Deuze, 2005, 2017; Park, 1955; Schudson, 1978, 1995; Chalaby, 1998; Rodrigo Alsina, 1989; Brin, Charron, Bonville, 2004; Gomis, 1991; Franciscato, 2005). Os algoritmos são artefatos técnicos situados no contemporâneo, mas respondem um antigo anseio, calcado no imaginário, sobre certa capacidade de acúmulo e processamento de informações e conhecimentos (Stefik, 1996; Davis, 1998; Noble, 1999). Jornalismo e algoritmos operam dados para produzir informações, mas suas historicidades são distintas.

O que acontece quando esses agentes se encontram? Como os algoritmos interagem hoje com a prática jornalística? De que formas podem alterar o jornalismo enquanto prática profissional e enquanto instituição social? Como o jornalismo interfere nas configurações sociotécnicas dos algoritmos? De que modos recursos de inteligência artificial vêm sendo acionados para responder à demandas do campo jornalístico? Como o jornalismo encara os desafios apresentados pela performance dos algoritmos? (Anderson, 2013; Coddington, 2015; Diakopoulos, 2015; Dörr, 2016; Lewis, 2015). Para além do volume de dados e das competências de processamento, a emergência de sistemas de inteligência artificial parece indicar ao campo do Jornalismo implicações diversas, associadas aos modos de constituição da instituição e de reconfigurações da profissão - do ponto de vista das teorias do Jornalismo, seus valores (Carlson, 2017; Deuze, 2005, 2017), funções (Schudson, 2007), propriedades (Groth, 2014) e suas práticas.

Esse dossiê busca responder a algumas questões:

- Quais os desafios e perspectivas dos algoritmos para o "jornalismo de dados"?
- Quais os processos de desenvolvimento e adoção de soluções algorítmicas para a coleta, a produção e a distribuição de notícias? Como o uso de "dataviz" e mineração de dados podem impactar os processos de noticiabilidade?
- De que formas o jornalismo pode se beneficiar do uso de "big data", em particular nos processos comunicativos em plataformas digitais e sites de redes sociais?
- Como o uso de automação e inteligência artificial têm sido empregados na produção jornalística e quais suas perspectivas futuras?

- Como a relação entre jornalismo e performance algorítmica reconfigura a cobertura noticiosa? Essas interações podem gerar novos formatos de notícias e modelos narrativos? Como essas questões implicam nas compreensões teóricas sobre a construção social da realidade?
- Quais as perspectivas do uso da automação para o enfrentamento dos desafios propostos por noções como “pós-verdade” e “fake news”?
- Que valores normativos e discursos sobre o que deve ser o jornalismo estão na base da configuração do jornalismo algorítmico?
- Quem são os atores envolvidos nos processos de automação jornalística e que papéis desempenham dentro e fora das redações (jornalistas, desenvolvedores de software, fundações e organizações emergentes)? Quais são os impactos desses atravessamentos no mundo do trabalho dos jornalistas e nos modelos de negócio?
- Quais os desafios para a formação de jornalistas e para os currículos das escolas de jornalismo quando consideramos o panorama de inserção dos algoritmos na produção jornalística?

Artigos que contribuem com evidências empíricas e estudos de caso relevantes sobre o desenvolvimento e as conseqüências do jornalismo algorítmico, bem como os que propõem abordagens teóricas e/ou metodológicas inovadoras para melhor entender a interseção entre PDPA e jornalismo serão bem vindos nesse número. Os temas de interesse são (não exclusivos):

- Plataformização e Jornalismo
- Dataficação e Jornalismo
- Automatização e Jornalismo
- Algoritmos e Jornalismo de Dados
- Dataviz e Jornalismo
- Jornalismo, Inteligência Artificial e softwares de linguagem natural
- Algoritmos, Política e Fake News
- Algoritmos, jornalismo e digital humanities
- Algoritmos e valores jornalísticos
- Algoritmos e narrativas jornalísticas
- Algoritmos, privacidade e jornalismo
- Algoritmos , jornalismo, política de dados e transparência
- Algoritmos e Pesquisa Aplicada em Jornalismo
- Ética, algoritmo e jornalismo
- Algoritmos e Prática Jornalística
- Algoritmos e Formação em Jornalismo

Os artigos devem ter entre 40mil e 55mil caracteres com espaços. Como a Brazilian Journalism Research publica duas versões de cada número (em inglês e português/espanhol), os autores dos artigos aceitos em espanhol ou português devem providenciar a tradução para o inglês. Da mesma forma, os autores de textos aceitos em inglês deverão encaminhar versão em português ou espanhol.

Os artigos devem ser enviados exclusivamente através do sistema eletrônico SEER/OJS, disponível no site da revista: <http://bjr.sbpjor.org.br>

Em caso de dúvida basta enviar um e-mail para bjr@gmail.com.

As diretrizes para os autores estão em:
<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/aboutsubmissions#authorGuidelines>

Prazo para submissão de artigos: **30 de março de 2020**

Notificação do aceite: **30 de agosto de 2020**

Prazo para envio da versão final em inglês e em português/espanhol com revisão e informações adicionais sugeridas pelos editores: **20 de setembro de 2020**

Publicação: **30 de dezembro de 2020**

REFERÊNCIAS

- 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 Hedgehog 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.