

A TECNOLOGIA COMO FATOR DE INTERFERÊNCIA NA VISÃO DE MUNDO – UMA INVESTIGAÇÃO A PARTIR DA PERSPECTIVA DE JORNALISTAS

Caio Henrique Borges Contador (IC) e Marcelo Jose Abreu Lopes (Orientador)

Apoio: PIBIC Mackpesquisa

RESUMO

Este trabalho consiste em realizar uma análise crítica sobre a maneira como a tecnologia é utilizada para a realização da atividade jornalística, e como isso interfere na visão de mundo do profissional, tendo em vista o cenário atual das redações, em que os prazos estão cada vez mais curtos. Isso exige uma maior velocidade para publicar as informações, o que faz com que os jornalistas recorram ao auxílio de ferramentas tecnológicas, visando agilizar o trabalho e conseguir se adequar a esse modo de produção. Neste estudo foram realizadas entrevistas com grupos específicos de profissionais: jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital; jornalistas de veículos nativamente digitais; profissionais *freelancers* ou microempreendedores; a fim de descobrir como e se são afetados pela tecnologia em seu dia-a-dia e também realizar uma análise comparativa entre aplicativos de determinadas categorias, visando concluir de que forma esses operam e de que modo isso pode afetar o seu usuário. Afinal quando um dispositivo acaba sugerindo palavras, exibindo algumas publicações e ocultando outras, seleciona palavras-chave para o usuário deixar a sua matéria no topo das pesquisas, isso acaba não só ditando a maneira como o jornalista deverá realizar o seu trabalho, mas também molda o produto jornalístico.

Palavras-chave: Jornalismo. Tecnologia. Influência ideológica.

ABSTRACT

This work consists of a critical analysis of the way in which technology is used to perform journalistic work, and how this interferes with the professional world view, given the current scenario of newsrooms, where deadlines are increasing and this requires a greater speed to publish the information, which makes the journalists use the help of technological tools, in order to speed up the work and to be able to adapt to this mode of production. For this, an interview was conducted with specific groups of professionals: journalists from traditional vehicles who migrated to digital; journalists of natively digital vehicles; professional freelancers or micro entrepreneurs; in order to find out how and if they are affected by the technologies in their day to day and also perform a comparative analysis between applications of certain categories, aiming to conclude in which way they operate and in what way this can affect its user, after all when a device ends up suggesting words, displaying some publications and hiding others, selects keywords for the user to leave his subject at the top of the research, this ends not only

dictating the way the journalist should do his job, but also shapes the journalistic product.

Keywords: Journalism. Technology. Ideological influence.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente nos encontramos imersos em uma sociedade em rede, como é conceituado pelo sociólogo Castells (1999). Existe uma quantidade gigantesca de informações sendo disponibilizada a todo momento, o que acelera a sociedade de maneira geral. Com isso, cada vez mais são criados aplicativos para tornar mais prático o acesso e a produção dessas informações. De acordo com uma postagem do blog InfoTec (2017), há dois anos atrás já existiam mais de 5 milhões de aplicativos disponíveis para dispositivos móveis. Estima-se, portanto, um número muito maior dessas ferramentas nos dias atuais.

Segundo McLUHAN (1969), a chegada de um meio novo, que se alia a outro anterior, causa uma ruptura no sistema, fazendo com que ocorra uma reversão social de valores. Assim é possível concluir que a sociedade se transforma para se adaptar às novas tecnologias. Isso acaba afetando também algumas profissões, como a do jornalista, em que a chegada da internet mudou a maneira de produzir informações, aumentando a velocidade com a qual as notícias chegam ao público (DEL BIANCO, 2008).

Contudo, o fato de o jornalista estar sujeito a novas maneiras de realização de seu trabalho pode acabar interferindo não só na maneira como ele irá desempenhar a sua função, mas também pode afetar a sua visão de mundo. A tecnologia tem um papel de grande influência na construção do pensamento, afinal, ela nada mais faz que amplificar um conhecimento que alguém avalia como importante e tem interesse em transmitir (BACEGGA, 2003).

Pariser (2012) utiliza o termo “bolha de filtros” para se referir ao espaço em que o indivíduo utiliza a rede que só tem notícias, propagandas, vídeos, entre outros, sobre assuntos em que os softwares já identificaram seu interesse. De acordo com o autor, isso vai gerar uma desinformação geral, afinal, a pessoa vai consumir muito de um lado e esquecer da existência de outros. Assim, dependendo da ferramenta que um jornalista utiliza para a realização de seu trabalho, ele pode estar sujeito a um desvio no momento de apuração dos fatos, proporcionado pela tecnologia.

De acordo com Ferrari (2007), é possível adquirir respostas completamente diferentes dependendo da maneira que se faz uma pergunta, do mesmo modo que existe a possibilidade de alterar todo o significado de um discurso apenas com a modificação de um termo. Portanto, como estamos tratando de uma profissão como a do jornalista, que trabalha construindo discursos, é necessário ficar atento a esse risco que as ferramentas tecnológicas apresentam.

Assim, a questão desta pesquisa é descobrir se os jornalistas realmente são afetados por essas tecnologias, de que maneira isso ocorre, se eles estão cientes desse tema e, finalmente, como isso afeta seus produtos jornalísticos.

Compreender como essas tecnologias funcionam e de que modo são utilizadas para o trabalho de jornalistas ajuda a entender o processo de criação do jornalismo nos dias atuais, descobrir os pontos positivos e negativos desse uso e com isso refletir sobre o que é possível ser feito para aprimorar cada vez mais o produto jornalístico.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O jornalismo na era digital

A chegada da Internet mudou a maneira como se produz informações. Aumentou a velocidade com a qual as notícias chegam ao público; no entanto, a grande disponibilidade de dados também alterou o ambiente de trabalho do jornalista, que utiliza a rede como principal fonte de checagem e apuração de dados. Essa característica enfraquece a veracidade do conteúdo, podendo expor o público a falsas informações (DEL BIANCO, 2008).

A facilidade em se obter dados traz um certo alívio aos jornalistas, que não precisam mais, na maioria das vezes, ir às ruas atrás de informações. Contudo, isso acomodou os jornalistas, que utilizam, em grande escala, dispositivos tecnológicos para a apuração e publicação de conteúdo acreditando agirem com uma maior eficiência (D'ANDRÉA; DALBEN, 2017).

A Internet provocou uma ruptura com os veículos tradicionais. Antes, as informações eram transmitidas por poucos e para muitos. Atualmente, são muitos transmitindo informações para muitos, sem a necessária existência de um jornalista como mediador, filtrando o que deve ou não ser propagado ao público. Assim existe uma quantidade gigantesca de informações que, além de não serem confiáveis, podem ser selecionadas por um determinado grupo de pessoas ou *hardwares/softwares* (PALACIOS, 2003).

Elizabeth Saad Corrêa e Daniela Bertocchi defendem que o cenário cibercultural atualmente disponibiliza um grande número de informações e dados, que são jogados na rede e, por meio de algoritmos, que personalizam o conteúdo do usuário, deixando somente aquilo que ele tem preferência e deseja ver, podem acabar comprometendo a visão do utilizador sobre determinado assunto, uma vez que só será apresentado um ponto de vista (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012).

2.2 Tecnologias não são neutras

A tecnologia tem um papel de grande influência na construção do pensamento, afinal, ela amplifica um conhecimento que alguém avalia como importante e tem interesse em transmitir (BACEGGA, 2003).

Os dispositivos – tecnológicos digitais ou não – fazem parte do chamado plano substancial. Um dispositivo é classificado como qualquer objeto que possa influenciar o pensamento no plano pessoal (seres humanos). O homem que os cria, portanto, esse criador é quem decide como lidar com o plano pessoal (AGAMBEN, 2005).

Quando você está em um site, ele não te oferece todas as possibilidades que você pode utilizar para navegar. Existem botões sugestivos. Mas essas sugestões são feitas pelos programadores do site. Ou seja, quando você clica na seção política de uma página jornalística na web, as principais notícias serão sugeridas pelo software, e você pode acabar sendo induzido a ler algo que não era exatamente o que você estava procurando (FERRARI, 2007, p. 157).

Todo serviço da web, que é utilizado por alguém, está sendo controlado por códigos, que ditam a maneira como esse serviço funcionará e como ele será utilizado pelo usuário (WAKEFIELD, 2011).

Grandes empresas como Google e Facebook lucram por meio de anúncios publicitários. Ambas as redes retiram dados dos seus usuários para fins financeiros. Publicitários, ao fazer acordos com as organizações, adquirem um espaço dentro do algoritmo, que irá, mesmo sem ter relações com o perfil do indivíduo, colocar um produto em destaque no site. Sendo assim, as redes buscam induzir seus utilizadores a todo momento. Nosso comportamento se tornou uma mercadoria (PARISER, 2012, p.13).

Aplicativos atuais utilizam estratégias de aprisionamento tecnológico. O aprisionamento é o ponto no qual os usuários estão tão envolvidos com a tecnologia que, mesmo que um concorrente ofereça um serviço melhor, não vale a pena mudar (PARISER, 2012, p.41).

2.3 A velocidade dentro do jornalismo

A exigência de um jornalismo veloz compromete a apuração, pois os jornalistas deixam de se preocupar com o processo de checagem de informações, para entregarem rapidamente a notícia ao público. Assim, o jornalismo perde um de seus princípios básicos, que é o da credibilidade (DEIRO, 2013). Velocidade e precisão caminham em sentidos opostos no jornalismo. O aumento da velocidade para o trabalho tornou os jornalistas mais suscetíveis ao erro (SOSTER, 2003).

Visando publicar a notícia junto com os demais veículos, alguns jornais utilizam como fonte outros jornais, o que pode ajudar a propagar alguma informação errada, caso o veículo utilizado como fonte tenha cometido algum equívoco (SOSTER, 2003).

Atualmente, os grandes veículos visam mais ao retorno financeiro do que à qualidade da informação transmitida, e para isso faz uma produção de matérias com rapidez e em grande escala, porém sem profundidade, apenas para entregar ao cliente e cumprir o seu dever, como um restaurante *fast food* (JORGE, 2008).

A velocidade compromete o processo de apuração, o que resulta em um jornalismo binário, no qual as matérias são simplificadas, para que o veículo consiga entregar o seu produto com determinada agilidade. Apenas um lado das questões é o que prevalece como “a bolsa subiu ou baixou”, “o trânsito está calmo ou agitado”, entre outras (JORGE, 2008).

2.4 A construção e o controle de discursos

Estamos inseridos em uma sociedade de controle, na qual a rede dá ao indivíduo a ideia de que ele é o único responsável por suas ações, quando na verdade o que ele faz está sendo analisado por entidades superiores, como os donos do site acessado, o governo, comerciantes, entre outros que analisam os padrões desse usuário e assim instituem novas maneiras dele agir. Portanto estamos sendo controlados o tempo todo (COSTA, 2004).

Os discursos fazem parte de um jogo de escrita, sendo assim, a ordem das palavras, a maneira como se escreve, a atenção que o autor dá a um ponto específico, são coisas que constroem o significado que o emissor está transmitindo (FOUCAULT, 1970).

O jornalismo constrói sentidos. O discurso jornalístico está coberto de ideologias, seja do jornalista ou do veículo. No entanto, esse caráter do discurso passa, muitas vezes, despercebido pela sociedade, devido à ideia de comprometimento com a verdade que cerca a profissão (GOMES, 2005).

A maneira como um indivíduo é educado influenciará na construção de seus discursos; portanto, quem educa está, de certa maneira, exercendo um controle e uma apropriação sobre a fala de quem está sendo ensinado (FOUCAULT, 1970).

Desde do início do processo de construção de uma notícia já está sendo produzido um material ideológico. Seja pela escolha de pauta, de fontes, do título ou de qual matéria ganhará a primeira página. Tudo isso é monitorado por um editor, que controla o discurso do jornalista de acordo com a política e as normas do veículo, ao qual todos os profissionais estão submetidos (GOMES, 2005).

3. METODOLOGIA

Como esta pesquisa consiste em analisar criticamente determinados softwares, a fim de descobrir de que modo essas tecnologias podem influenciar no dia-a-dia de um profissional e de que maneira, resolvemos entrevistar jornalistas usuários de tecnologias relacionadas ao seu trabalho. Assim, foram entrevistados nove jornalistas, divididos em três categorias: jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o meio digital; jornalistas de veículos nativamente digitais; profissionais *freelancers* ou microempreendedores.

Todas as entrevistas foram feitas presencialmente. Os primeiros entrevistados foram encontrados por meio da rede social LinkedIn, que posteriormente indicaram outros jornalistas, completando assim os nove profissionais. Os principais pontos abordados nas entrevistas foram: quais ferramentas tecnológicas são utilizadas pelos profissionais e com qual intuito; como eles descobriram esses dispositivos; se eles percebem uma certa influência deles em sua forma de pensar e trabalhar; se eles consideram viável a realização de um jornalismo sem o uso dessas tecnologias nos dias de hoje.

Preliminarmente, analisamos nove aplicativos, de três categorias diferentes: agregadores de notícias; organizadores de tarefas; mídias sociais. Esses aplicativos foram instalados via App Store e testados em um iPhone XR (modelo de 2018) com o sistema operacional iOS 12, da Apple, no período entre setembro de 2018 e janeiro de 2019.

Após as entrevistas, fizemos uma reanálise dos aplicativos, incluindo itens que foram mencionados pelos profissionais, o que teve por consequência o surgimento de outras duas categorias: ferramentas de SEO (*Search Engine Optimization*) e ferramentas para escrita de textos. Além disso foi feita uma análise do Google Drive, uma ferramenta de armazenamento de documentos citada pela maioria dos entrevistados.

As principais características analisadas nos aplicativos foram as seguintes: o funcionamento desses aplicativos; como eles interagem com o usuário; como eles podem influenciar quem os utiliza; como eles afetam a privacidade do usuário.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 Aplicativos móveis e ferramentas de pesquisa

Para a primeira parte da pesquisa, foi realizada uma análise crítica comparando ferramentas e aplicativos em categorias específicas, visando descobrir quais as suas peculiaridades, o que cada um possui em comum e assim concluir como eles podem afetar a visão de mundo de seus usuários.

4.1.1 Aplicativos agregadores de notícias

Os aplicativos agregadores realizam a função de disponibilizar notícias de diferentes plataformas para os seus usuários.

4.1.1.1 Flipboard

Durante o primeiro contato com o aplicativo o usuário é perguntado sobre o que ele gostaria de ler, e então são disponibilizadas 18 categorias para selecionar. Existe a opção de seguir páginas de notícias dentro do aplicativo. A opção “explorar” permite que o usuário pesquise sobre aquilo que ele quer se informar, porém o programa oferece sugestões próprias para o seu utilizador.

4.1.1.2 Google Notícias

Ao iniciar o aplicativo ele já aparece vinculado a minha conta do Google (sem eu ter feito nenhum tipo de login), assim o programa já possui as suas principais informações e com isso realiza uma espécie de “resumo” de notícias, que ficam disponíveis dentro do aplicativo sem que se peça para que isso aconteça. O aplicativo ainda separa notícias e revistas e envia notificações constantemente.

4.1.1.3 Feedly

O aplicativo dá a opção para escolher quais perfis seguir e sobre quais temas o usuário irá ler. Assim como o Flipboard, também possui a opção de “explorar”, no qual o aplicativo também irá sugerir notícias. O programa possui a opção de criar uma conta própria ou de se conectar por meio de outras redes sociais.

É perceptível que, em alguns aplicativos, as notícias são sugeridas pelo próprio programa, e conforme o usuário aceita as sugestões, mais notícias do mesmo tema são sugeridas ao usuário, o que ajuda a formar a “bolha de filtros”, como foi descrita por Pariser (2012).

4.1.2 Aplicativos organizadores de tarefas

Os aplicativos organizadores de tarefas realizam a função de ser um “guia” que ajuda o usuário a controlar as atividades de seu dia-a-dia. Muitos funcionam como uma espécie de *check-list*.

4.1.2.1 Trello

Você cria tópicos e dentro desses é possível organizar diferentes tipos de nota, o que ficará gravado no seu histórico dentro do programa. Existe também uma opção de compartilhamento de suas notas com outros usuários, assim quando você cria uma nota pode escolher entre deixa-la pública ou privada.

4.1.2.2 Evernote

O aplicativo oferece a opção de entrar com a conta do Google ou então se cadastrar normalmente. Pede acesso à localização, câmera e às fotos do usuário, assim como pede

autorização para enviar notificações. Assim como o Trello, existe a opção de compartilhar as suas notas.

4.1.2.3 Cal

O cadastro pode ser realizado por meio do Facebook, mas não é obrigatório. Mesmo logando com o Facebook, o aplicativo ainda pede o e-mail do usuário. O programa também pede acesso ao calendário e aos contatos. O aplicativo já apresenta algumas notas prontas, para ensinar o seu funcionamento ao recém-usuário. Seu foco maior é para que o utilizador organize seus eventos, ao invés de tarefas rotineiras.

Conclui-se, deste modo, que existem algumas funções dentro desses aplicativos que podem influenciar o usuário, como os tutoriais e exemplos que sugerem a maneira que você escreverá a sua nota. Caso o usuário siga essas instruções, ao compartilhá-la com outras pessoas, esses demais indivíduos também podem ser levados por sugestões que o aplicativo fez a um utilizador.

4.1.3 Mídias Sociais

Para a realização desta análise foram selecionadas quatro mídias sociais, com base em uma pesquisa do blog RockContent (2018), sobre as dez redes mais utilizadas no Brasil.

4.1.3.1 Twitter

O Twitter utiliza o número de telefone e o e-mail para enviar mensagens ao usuário promovendo o próprio site, além de possibilitar a busca de contatos pessoais para adicionar na rede; observam com quem e quando o usuário se comunica, mas não o conteúdo. Fora as características de privacidade, o site ainda oferece sugestões de quem seguir e seleciona assuntos que estão sendo comentados de acordo com aquilo que é mais procurado pelo usuário.

4.1.3.2 Facebook

Coleta diversos dados do usuário, como o que a câmera dele registra por meio do aplicativo, de qual dispositivo está utilizando a rede, com quem o usuário conversa, em que horas e qual o conteúdo. Dentro das configurações de privacidade do usuário, é permitido controlar tudo o que outros membros da rede podem obter sobre você, mas não o que a rede obtém. Além disso, seu algoritmo coloca em primeiro lugar na linha do tempo do usuário aquilo que o próprio site considera mais relevante para o utilizador. Isso pode influenciar o indivíduo a ver somente um lado dos fatos, alterando a sua visão de mundo.

4.1.3.3 Skype

Utiliza cookies para retirar dados pessoais do usuário utilizados para oferecer outros produtos da Microsoft, direcionar anúncios e apresentar ofertas que considerem relevantes ao utilizador. É possível legendar as conversas em tempo real, contudo, a legenda às vezes acaba trocando algumas palavras e não coloca pontos de exclamação ou interrogação, o que pode mudar o sentido da conversa.

4.1.3.4 Whatsapp

A política de privacidade do aplicativo deixa claro que eles não leem as mensagens nem compartilham as conversas do usuário para terceiros. A rede também possui o mesmo dono do Facebook e do Instagram, contudo aparenta retirar um menor número de dados pessoais do que as outras duas, obtendo informações como contatos, alterações no status e qual o dispositivo do usuário.

As mídias sociais retiram um grande número de dados pessoais para fins publicitários, o que também culmina na criação de filtros sociais, em que o usuário só vai se deparar com aquilo que a rede detecta ser de sua preferência. Sendo assim, o jornalista que faz uso delas corre um grande risco de ser influenciado.

4.1.4 Ferramentas de SEO

SEO, *Search Engine Optimization*, é “um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web” (ROCKCONTENT, 2017), o que ajuda a colocar uma matéria ou um veículo no topo das pesquisas na web.

4.1.4.1 Google Trends

O Google Trends é utilizado para procurar palavras-chave sobre determinados assuntos. Ele mostra, de acordo com o tópico que o usuário procura, o que está sendo mais pesquisado, como está sendo feita essa busca, em quais regiões possui maior frequência, além de comparar as palavras e os anos em que existia um índice maior de pesquisas. Isso pode induzir o utilizador a optar por adequar a sua escrita aos tópicos que, de acordo com a própria ferramenta, são mais populares.

4.1.4.2 Chartbeat

O Chartbeat é uma ferramenta estrangeira de monitoramento de público, que faz análises em tempo real sobre o que as pessoas estão acessando dentro de um site, qual a faixa etária desses indivíduos, localização, tempo médio de leitura, entre outros. É uma ferramenta que não só obtém os dados do veículo que a está utilizando, mas também de todo o seu público.

4.1.4.3 Google Analytics

Assim como o Chartbeat, é uma ferramenta de monitoramento de público, que fornece relatórios sobre os visitantes de seu site, oferecendo assim, sugestões de como melhorar o alcance da página. Seus termos de privacidade específicos dizem que eles vão proteger as informações de seus usuários e as do público que será analisado (se eles aceitarem cedê-las) de acordo com os limites da lei. Obtém não só os dados de quem a utiliza, mas também dos visitantes da página desse utilizador.

Após a análise dessas três ferramentas é possível concluir que elas possuem um alto potencial para influenciar os jornalistas, pois acabam dizendo as palavras que eles devem escolher, como devem agir e tudo em função de obter um fluxo maior de leitores.

4.1.5 Ferramentas para escrita de textos

4.1.5.1 Microsoft Word

O Word é uma ferramenta para escrita de texto que, além das páginas em branco, oferece alguns modelos para escrever currículos, cartas de apresentação, folhetos educativos, além de também fornecer alguns modelos de design para a produção do texto. É possível salvar os seus arquivos direto para o One Drive, que é uma ferramenta de armazenamento da Microsoft. Assim como suas versões anteriores, também possui uma ferramenta de correção de texto.

4.1.5.2 Google Docs

O Google Docs, em sua seção específica para a escrita de textos, oferece, assim como o Word, alguns modelos prontos, como currículos e propostas de projetos. É possível escrever com mais pessoas, caso o usuário autorize. O documento pode ser salvo em diferentes formatos. Existe a opção de ditar o texto, por meio do microfone do computador, a qual foi testada e funciona razoavelmente bem, errando algumas palavras, o que, caso o usuário não esteja atento, pode modificar o texto. Oferece a opção de instalar complementos da Google para auxiliar a produção do texto.

4.1.5.3 OTranscribe.com

É uma ferramenta simples, que oferece poucas opções de auxílio para escrever o texto. O seu diferencial dentre as outras duas ferramentas citadas é que ele oferece a opção ao usuário de acoplar uma faixa de áudio ou um vídeo do YouTube, permitindo aumentar ou diminuir a velocidade da trilha, voltar ou avançar na faixa e pausa-la, o que facilita para transcrever as informações. É um aplicativo prático, mas com um potencial para influenciar jornalistas, afinal, alterar a velocidade de fala de uma fonte pode mudar a entonação e isso propicia a confundir o profissional, que por sua vez pode acabar alterando o tom de uma informação.

Por meio da análise desses três aplicativos é possível concluir que existe um potencial para influenciar o trabalho jornalístico. Contudo, devido à autonomia dada por essas ferramentas, que oferecem sugestões aos seus utilizadores, mas os permitem produzir seus textos da maneira que preferirem, não há uma probabilidade alta.

4.1.6 Armazenamento de dados em nuvem

4.1.6.1 Google Drive

É o aplicativo de armazenamento de documentos da Google. Está atrelado ao Google Keep, ao calendário e as tarefas da Google. Quando o usuário seleciona a opção para adicionar algo ao Drive, ele sugere a utilização de outros aplicativos da Google, como o Docs, planilhas, apresentações, mapas, entre outros. Assim como o Google Docs, oferece a opção de instalar outros aplicativos para auxiliar na utilização da ferramenta.

Assim, analisando essa ferramenta, é possível concluir que ela pode induzir o seu utilizador a consumir outros produtos da Google. Com relação ao uso específico do aplicativo, o risco de influência é mínimo.

4.2 Jornalistas e suas visões sobre a influência tecnológica no produto jornalístico

A segunda parte pesquisa foi feita por meio de entrevistas com nove jornalistas, divididos em três categorias: jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital; jornalistas de veículos nativamente digitais; *freelancers* ou microempreendedores. Todas as entrevistas foram presenciais e visando descobrir como o uso da tecnologia afeta a realização do trabalho jornalístico, se isso é percebido pelos jornalistas e de que forma eles lidam com essa questão.

Nomes foram substituídos para não identificar os entrevistados. Pelo mesmo motivo, os veículos nos quais eles trabalham são tratados de forma genérica.

4.2.1 Jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital

Os jornalistas dessa categoria são: Wellington Silva, de 27 anos, que trabalha com comunicação há 8 anos, atuando diretamente com jornalismo por 5 anos, cobrindo tecnologia para revistas e portais online. Atuou como assessor de uma empresa renomada de tecnologia e atualmente trabalha com conteúdo para uma rede social; José Neto, de 28 anos, trabalha com jornalismo desde 2011. Já trabalhou em portais online, ficou 1 ano em um jornal tradicional de São Paulo e atualmente é editor assistente de redes sociais de outro jornal conhecido na capital paulista; Gabriela Santos, de 33 anos, trabalha com jornalismo desde 2007. Já atuou em rádio, televisão, portais online, em Porto Alegre. Após isso se mudou para

São Paulo, para trabalhar em uma editora prestigiada da cidade, em uma de suas revistas mais conhecidas.

Por meio das entrevistas, é possível observar que todos os profissionais parecem entender que a tecnologia pode afetar o produto jornalístico, mas acreditam que seus benefícios são maiores do que os malefícios. Essa ideia se assemelha a escrita por D'Andréa e Dalben (2017), onde os autores escrevem sobre o comodismo que as ferramentas tecnológicas trouxeram as jornalistas, que atualmente as utilizam em grande escala por acreditar que elas agem com maior eficiência.

Além disso, os três disseram que cabe ao jornalista saber o melhor modo de usar essas ferramentas sem que ele seja influenciado. “Há um potencial para direcionar, mas depende muito do comportamento do jornalista com relação à apuração. Se a apuração for bem-feita acho que o risco é muito pequeno” (Wellington Silva, 16 abr. 2019). Assim como Wellington, Gabriela também partilha da mesma opinião.

“Então, eu acho que tudo bem, não sou contra as tecnologias, sou bem a favor, acho que tinha que usar mais. Só que tem que ter cuidado para eles não dominarem a sua vida, né? São grandes corporações, grandes oligopólios e tudo mais, mas talvez se tivesse vários a gente também não ia querer usar vários. Perde o foco”. (Gabriela Santos, 4 abr. 2019)

Das ferramentas que eles utilizam, foram identificados alguns aplicativos em comum, como o Whatsapp e o Google Drive, que foram citados por dois dos três entrevistados. Além disso, os três citaram pelo menos um aplicativo da Google para a realização do trabalho, o que mostra uma certa presença da empresa no dia-a-dia dos jornalistas. O Whatsapp foi destaque em uma das entrevistas.

Você depende muito do Whatsapp. Eu vejo hoje que as pessoas não gostam mais de ligar. Elas gostam de mandar mensagem. Isso é um negócio que tem um reflexo muito grande dentro do jornalismo. Eu já fui julgado muitas vezes porque eu falo que não gosto de falar no telefone como jornalista. Eu prefiro muito mais que me mandem uma mensagem. (Wellington Silva, 16 abr. 2019)

Assim como citou Wellington, o que se observa é uma dependência do Whatsapp, devido ao uso cada vez mais constante do aplicativo para a produção do material jornalístico, como relatou José, que utiliza o programa para diversas funções em sua rotina. “A gente usa para conversar com os leitores, receber sugestão de pautas, reclamações...” (José Neto, 5 jun. 2019).

A questão do tempo também foi algo comentado pelos três profissionais. Todos acreditam que um dos principais benefícios da tecnologia é encurtar o tempo gasto pelo jornalista em uma tarefa. No geral, os três utilizam ferramentas diferentes uns dos outros, mas todos com a mesma intenção de tornar mais veloz o trabalho do jornalista. “Elas ajudam a gente a fazer um trabalho mais rápido e preciso. Mais rápido, a princípio. Esse é o grande

objetivo de eu usar uma ferramenta tecnológica” (Gabriela Santos, 4 abr. 2019). Soster (2013) apresenta um ponto de vista contrário ao de Gabriela. De acordo com o autor, velocidade e precisão andam em sentidos opostos, uma vez que a necessidade de se publicar notícias de uma maneira mais veloz faz com que o processo de apuração seja comprometido, e isso deixa o jornalista mais sujeito a errar na hora de transmitir a informação.

Quando perguntados sobre se seria possível fazer um jornalismo nos dias atuais sem o auxílio da tecnologia, e como eles fariam, os entrevistados não deram uma resposta precisa para a segunda pergunta, mas todos disseram acreditar que seria possível realizar um jornalismo atualmente sem o auxílio da tecnologia, mas que isso demandaria tempo, o que demonstra uma preocupação e uma dependência com o modelo de produção do jornalismo atual, em que se exige uma velocidade cada vez maior para publicar as informações.

4.2.2 Jornalistas *freelancers* ou microempreendedores

Os jornalistas dessa categoria são: Thiago Muniz, de 38 anos, que trabalha com jornalismo desde 2002, atuando como *freelancer* basicamente por toda a sua carreira, tendo feito trabalhos para diversos veículos; Leticia Costa, 30 anos, começou a trabalhar com jornalismo em 2009. Trabalhou em duas editoras famosas de São Paulo, fazendo matéria para algumas revistas, cobrindo saúde por 3 anos. Atualmente possui uma *startup*, que é uma plataforma de cursos online ligada a bem-estar, além de fazer alguns trabalhos como *freelancer*. Débora Souza, de 32 anos, trabalha com jornalismo há 10 anos, com a maior parte de sua experiência em revistas e em alguns portais *online*, atua hoje como *freelancer*.

O principal ponto observado nessa categoria foi que todos os profissionais relataram utilizar bastante as redes sociais para o exercício da profissão, principalmente Facebook e Whatsapp. O Facebook foi descrito como muito útil para achar fontes e o Whatsapp para entrevistas, combinar locais para encontrar a fonte e fazer coberturas. Os três citaram pelo menos uma rede social como ferramenta de trabalho. O Whatsapp novamente foi exaltado por um dos jornalistas.

“Hoje, trabalhar sem o Whatsapp é muito difícil. Por exemplo, se não tivesse o Whatsapp, quando eu estava numa dessas grandes coberturas eu ia ter que voltar pra um lugar onde tem um computador, para escrever a matéria, e com o Whatsapp não. O Whatsapp facilita muito. Então, pro repórter acho que foi a maior revolução nos últimos tempos”. (Thiago Muniz, 4 jun. 2019)

Assim como na categoria anterior, todos revelaram utilizar ao menos uma ferramenta do Google.

Todos os entrevistados revelaram considerar SEO algo positivo e importante para o jornalismo. Quando questionada se essas ferramentas não influenciam o produto jornalístico

final, uma das entrevistadas respondeu com clareza que sim, mas não via problema nisso. “Estamos pautados por isso, mas é positivo porque é a nossa realidade. Não dá pra ficar falando ‘nossa, quero fazer de outro jeito’”; “Eu acho que isso não é problema. O problema é faltar com a verdade” (Débora Souza, 14 mai. 2019). De acordo com Foucault (1970), todo discurso faz parte de um jogo de escrita, portanto a ordem das palavras e a maneira como o indivíduo escreve fazem parte de um significado total que o autor deseja dar à sua fala. Assim, se levarmos em consideração o filósofo francês, podemos compreender que, por meio dessas técnicas, o significado do produto jornalístico pode ter a sua maior parte atribuída à tecnologia (ou, melhor dizendo, à ideologia do produtor da tecnologia), e não ao jornalista.

Assim como os jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital, os profissionais dessa categoria exaltam o lado positivo das tecnologias e minimizam os pontos negativos. Todos utilizam o curto prazo que os jornalistas possuem em sua rotina para ressaltar a importância das ferramentas tecnológicas. “Existem caminhos para você fazer o trabalho sem a tecnologia, mas são muito mais demorados” (Leticia Costa, 30 mai. 2019).

A questão do tempo foi citada de maneira explícita por Débora, que explica como isso afeta o trabalho. “É, eu acho que a grande questão é o tempo. Cada vez a gente tem menos tempo pra apurar, então você acaba entregando o que dá” (Débora Souza, 14 mai. 2019). Assim como Débora, Thiago também fala sobre essa interferência do tempo no trabalho.

É cada vez mais raro você sair para entrevistar as pessoas ao vivo, ou por falta de tempo ou por falta de dinheiro da empresa, e aí assim, com essas ferramentas a gente vai pensar “por que eu vou lá ao vivo falar com o cara?”. Isso é até uma *‘mea culpa’*. Tem entrevistas que eu poderia ter feito ao vivo e depois eu penso que eu deveria ter falado com aquele cara ao vivo. (Thiago Muniz, 4 jun. 2019)

Ao longo das entrevistas foi possível observar que todos os entrevistados eram, de alguma maneira, influenciados pelas ferramentas tecnológicas que utilizam no seu dia-a-dia, contudo somente um dos entrevistados disse ter consciência de estar sendo influenciado. Os demais parecem não perceber essa interferência, como foi o caso de Thiago que, ao ser perguntado sobre essa influência, negou e logo em seguida contou como o Whatsapp tem influência no seu trabalho.

Sinceramente, eu acho que não, viu? Assim, se eu mudo alguma coisa na matéria em função dessas tecnologias? Posso te dizer que, se você vai mandar a matéria pelo Whatsapp, por exemplo, você tende a ser mais conciso do que você seria normalmente, porque você não vai ficar ali com muitas delongas, mandar uma matéria de 10 parágrafos pelo Whatsapp, porque você está ali de pé ou debaixo de uma marquise mandando uma matéria. No meu caso, por exemplo, já teve matéria que eu fiz pelo Whatsapp que eu sei que, num mundo ideal, se eu tivesse sentado, com um computador, com mais tempo pra fazer, a matéria teria sido maior, um pouco mais incrementada (Thiago Muniz, 4 jun. 2019)

Quando perguntados sobre a possibilidade de se fazer um jornalismo atualmente sem o auxílio de tecnologias, todos responderam considerar essa hipótese inviável. “É como faziam antes, né, só que eu não faço ideia como era, porque o jornalista cada vez menos vai pra rua, né, cada vez mais é feito dentro da redação, é o jornalismo de hoje. É isso, eu não consigo” (Débora Souza, 14 mai. 2019). É possível observar então, nessa categoria, uma relação de dependência dos jornalistas com as ferramentas tecnológicas, assim como disse Letícia. “Acho que somos totalmente dependentes. Não consigo me ver trabalhando um dia sem celular” (Leticia Costa, 14 mai. 2019).

4.3.3 Jornalistas de veículos nativamente digitais

Os jornalistas dessa categoria são: Walmir Freitas, de 26 anos, que começou a atuar em 2013. Trabalhou em portais *online*, revistas, como *freelancer* e atualmente é editor de um veículo *online* sobre tecnologia; Julia Garcia, de 22 anos, que se formou recentemente, em 2017. Já trabalhou em revista, jornal, como *freelancer* e atualmente trabalha em um veículo *online* tradicional, cobrindo a área de saúde; Nathalia Andrade, de 27 anos, que se formou em 2015. Trabalhou quase 3 anos em um veículo nativamente digital criado há pouco tempo, ficou 1 ano como *social media* de um veículo tradicional e atualmente trabalha como coordenadora na área de *social media* em uma agência de relações públicas.

Os três jornalistas demonstram possuir uma visão clara de que as tecnologias podem influenciar o trabalho jornalístico. Um dos entrevistados falou bastante sobre a influência que ele percebia dentro da utilização de aplicativos agregadores de notícia. “Você acompanha o que os outros estão dando e você dá a mesma notícia”; “Fica todo mundo focado na mesma coisa e ninguém olhando para o outro lado, para a outra direção”; “Ele te condiciona a escrever o que todo mundo está escrevendo” (Walmir Freitas, 30 mai. 2019). As falas de Walmir se assemelham muito às de Soster (2013). Ele diz que, devido a pressão de publicar notícias rapidamente, muitos jornais acabam utilizando outros veículos como fonte, e assim todos dão as mesmas notícias, o que gera um risco de se propagar, em diversas mídias, uma informação incorreta, uma vez que o veículo que deu a notícia primeiramente pode ter cometido algum equívoco.

Uma das entrevistadas também revelou ser dependente da tecnologia para exercer o seu trabalho. “Como jornalista é impossível viver sem tecnologia. Acho que o principal é o meu celular, porque a gente tá ali no Insta, no Facebook, olhando o Google... são coisas que, querendo ou não, trazem as pautas para a gente. Então, sem isso o trabalho ia ficar bem limitado” (Julia Garcia, 4 mai. 2019). Essa dependência pode ser explicada por meio do que

Pariser (2012) define como estratégia de aprisionamento tecnológico, no qual os usuários se tornam tão envolvidos com a tecnologia que, mesmo que exista outras alternativas, os indivíduos preferem continuar com os seus aplicativos que utilizam frequentemente.

Assim como os demais jornalistas entrevistados, os profissionais dessa categoria também falam sobre a rotina do jornalista e a questão do tempo, exaltando que uma das principais funções do surgimento dessas ferramentas tecnológicas foi encurtar o trabalho do jornalista. Isso ficou explícito na resposta de um dos entrevistados quando ele foi questionado se seria possível existir um jornalismo nos dias de hoje sem o auxílio de tecnologia digital.

Seria possível fazer um jornalismo só que mais lento. Para uma revista você conseguiria, porque aí você tem esse tempo de ir atrás com mais tranquilidade, agora para o ritmo de um *hardnews* não daria não. Não daria porque eu já vi cobertura sendo feita por Whatsapp. Tem redação que faz grupo de Whatsapp e vai no evento cobrir algo, cada um está trocando mensagem, tem gente adiantando texto, alguém recebendo os textos. Já vi manifestação sendo coberta por Whatsapp. Porque a manifestação está rolando agora, você tem que ter o texto agora. (Walmir Freitas, 30 mai. 2019)

Todos os entrevistados revelaram utilizar redes sociais para o exercício da função jornalística, assim como os jornalistas *freelancers* ou microempreendedores. Um dos entrevistados, que diz utilizar bastante o Whatsapp, revela que não gosta de fazer uso da ferramenta, porém o faz devido ao prazo estabelecido para conclusão da matéria. “Eu acho que quanto mais camadas de tecnologia você tem na entrevista, menos natural fica a conversa”; “Não que você mude o que vai ser dito, mas o como ele vai ser dito, e às vezes nesse como alguma informação pode deixar de sair, que iria sair antes” (Walmir Freitas, 30 mai. 2019).

Portanto, observa-se que existe uma pressão dentro das redações que faz com que os jornalistas, gostando ou não, acabem fazendo o uso de ferramentas tecnológicas, o que acaba comprometendo a profundidade de uma matéria. Utilizar o Whatsapp para realizar entrevistas, como dito por Walmir, muda a naturalidade da conversa, sendo assim, os entrevistados tentam responder da maneira mais simples possível. Isso faz parte de uma característica descrita por Jorge (2008), em que a autora critica a postura atual dos veículos de se preocuparem mais com a velocidade em publicar informações do que com a profundidade das matérias que serão entregues, somente para entregar conteúdo para o público e cumprir com o seu dever dentro de um cenário capitalista.

Assim como os jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital, os profissionais desse grupo acreditam ser viável a realização de um jornalismo sem a utilização de ferramentas tecnológicas. “Essas ferramentas, elas só facilitam a sua produção. Então elas são super importantes para otimizar a sua rotina, mas se elas não existissem ou se elas

parassem de existir a gente se adapta. É uma coisa que eu considero adaptável” (Nathalia Andrade, 28 mar. 2019).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das entrevistas, é possível concluir que a maior parte dos jornalistas entende que a tecnologia exerce uma grande influência no trabalho jornalístico, contudo, recebem essa influência de maneira passiva, ou então não acreditam que isso ocorra com eles. Apenas uma pequena parte dos entrevistados admitiu realmente ser influenciada. Os demais buscaram negar que o problema ocorre também com eles, falando sobre o que outros jornalistas deveriam fazer, ao invés de realizar uma autocrítica.

A questão do tempo foi citada por todos os entrevistados, o que demonstra o contexto de velocidade em que estamos inseridos atualmente e como isso muda o modo do jornalismo ser produzido, como discorre Del Bianco (2008). Devido a essa realidade, os jornalistas aderem a ferramentas tecnológicas, e assim passam a enxergá-las somente como um facilitador do trabalho jornalístico, deixando de analisar os pontos negativos que podem estar atribuídos a esses dispositivos.

De todas as ferramentas citadas pelos jornalistas, verificou-se um maior uso de redes sociais, especialmente Whatsapp e Facebook. Além disso, ferramentas da Google, como o Google Drive e o Google Trends, também foram mencionadas. O Whatsapp foi elogiado por alguns entrevistados, mas esses também admitiram que o aplicativo acaba moldando o produto final jornalístico, afinal, “muda a dinâmica da entrevista”, como disse um dos jornalistas entrevistados.

Foi falado bastante em SEO. Os jornalistas que citam a ferramenta acreditam ser algo positivo, mesmo possuindo consciência de que ela dita e modifica a maneira como o texto é escrito. Isso parece estar sendo implementado cada vez mais na cultura do jornalismo. Por meio de uma rápida pesquisa, foi possível encontrar uma cartilha de recomendações de SEO para jornalistas online, feita pela jornalista Barbara Zamberlan Alvarez, na qual ela cita as vantagens de se utilizar SEO e demonstra como fazer esse trabalho. “Os jornalistas podem trazer várias técnicas de SEO para o seu dia-a-dia dentro das redações online e com isso melhorar a audiência, qualidade dos textos e relevância perante os buscadores” (ALVAREZ, 2011).

A maior parte dos jornalistas revela conhecer as ferramentas ou por já fazer parte da política do local onde trabalha, ou por indicação de colegas ou por meio de uma iniciativa própria, buscando encontrar novas ferramentas para facilitar o trabalho. Isso demonstra que o uso dessas tecnologias já se tornou algo difundido dentro da cultura jornalística, e que o

profissional de hoje vai acabar lidando com esses dispositivos, por iniciativa própria ou por outros fatores.

Com relação à pergunta sobre a possibilidade de se fazer um jornalismo sem o auxílio de tecnologias nos dias atuais, os três grupos tiveram respostas diferentes: os jornalistas de veículos tradicionais que migraram para o digital acreditam que seria possível realizar um jornalismo sem o auxílio de tecnologias, mas que isso demandaria tempo; os jornalistas *freelancers* ou microempreendedores consideraram inviável um jornalismo sem tecnologia nos dias de hoje; e os profissionais de veículos nativamente digitais acreditam ser algo viável. Assim, é possível observar que, mesmo com o grande uso de tecnologias no dia-a-dia, a maioria dos jornalistas acredita na possibilidade de fazer um trabalho sem utilizar essas ferramentas, mas não o fazem, o que pode ser consequência de uma acomodação dos jornalistas devido às facilidades que a tecnologia trouxe, como é falado por D'Andréa e D'Alben (2017).

6. REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O Que é um Dispositivo? **Outra Travessia**, Florianópolis, n. 5, p.9-16, 2005.

ALVAREZ, Barbara Zamberlan. **Cartilha de Recomendações de SEO para Jornalistas Online**. Porto Alegre: PUCRS, 2011. Disponível em: <<http://www.ntctec.org.br/media/files/downloads/cartilha-seo-no-jornalismo.PDF>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

BACCEGA, Maria Aparecida. Tecnologia e Construção da Cidadania. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 27, p. 7-14, mai.-ago. 2003.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CORRÊA, Elizabeth. S; BERTOCCHI, Daniela. A Cena Ciber cultural do Jornalismo Contemporâneo: Web Semântica, Algoritmos, Aplicativos e Curadoria. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 123-144, jan.-jun. 2012. Disponível em <<http://www.redalyc.org/html/1430/143023787006/>>. Acesso em: 5 mai. 2019.

COSTA, Rogério da. Sociedade de controle. **São Paulo Perspec**. São Paulo, v. 18, n. 1, p. 161-167, Mar. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392004000100019&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 2 ago. 2019.

COSTA, Thais. Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil? **RockContent**, Belo Horizonte, 17 ago. 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 13 jan. 2019.

D'ANDREA, Carlos F. de Brito; DALBEN, Silvia de Freitas. Redes Sociotécnicas e Controvérsias na Redação de Notícias por Robôs. **Contemporânea** – Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 15, n. 1, p. 118-140, jan.-abr. 2017.

DEIRO, Bruno Peixoto. **O ônus da agilidade no jornalismo online**. São Paulo: Cásper Líbero, 2013. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Bruno-Peixoto-Deiro.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

DEL BIANCO, Nelia R. **A Internet como Fator de Mudança no Jornalismo**. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2008. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 3 mai. 2019.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, cap.12, p. 149- 165, 2007.

FOCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

GOMES, Nilo Sérgio. Tecnologia de discurso ou ocultação de sentidos?. **Revista Morpheus – Estudos Interdisciplinares em Memória Social**, [S.l.], v. 4, n. 7, mar. 2015. ISSN 1676-2924. Disponível em: <www.seer.unirio.br/index.php/morpheus/article/view/4753/4244>. Acesso em: 10 ago. 2019.

INFOTEC. **Existem mais de 5 milhões de aplicativos no mundo**. São Paulo: 2017. Disponível em: <<http://www.infotecblog.com.br/2017/07/03/existem-mais-de-5-milhoes-de-aplicativos-no-mundo/>>. Acesso em 10 jan. 2019.

JORGE, Thais de Mendonça. Mcdonaldização no jornalismo, espetacularização da notícia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 25-35, jun. 2009. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p25/10218>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MESQUITA, Renato. O que é SEO: o guia completo para você entender o conceito e executar a sua estratégia. **RockContent**, Belo Horizonte, 9 jul. 2017. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/o-que-e-seo/>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

PALACIOS, Marcos. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas**: Notas para a discussão da Internet enquanto suporte mediático. Salvador: UFBA, 2003. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf>. Acesso em: 5 mai. 2019.

PARISER, Eli. **Filtro Invisível – O que a Internet está Escondendo de Você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SOSTER, Demétrio de Azevedo. A relação entre velocidade e precisão em *webjornalismo*. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 353-363, jul./dez. 2003. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/79>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

WAKEFIELD, Jane. When algorithms control the world. **BBC**, Londres, 23 ago. 2011. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/technology-14306146>>. Acesso em: 14 abr. 2019.

Contatos: caioooborges@gmail.com e marcelojose.lopez@mackenzie.br