

JORNALISTAS E TECNOADORES: DOIS MUNDOS, DUAS CULTURAS, UM OBJETIVO

Journalists and technoactors: two worlds, two cultures, one objective

Periodistas y tecnoatores: dos mundos, dos culturas, un objetivo

João Canavilhas

Professor na Universidade da Beira Interior/ Investigador do Labcom
Email: jc@ubi.pt

Ivan Satuf

Doutorando na Universidade da Beira Interior/ Investigador do Labcom/
Bolsista Capes: Processo BEX: 0852/13-9
Email: iusatuf@gmail.com

Diógenes de Luna

Doutorando na Universidade da Beira Interior/ Investigador do Labcom/
Bolsista CNPq de Doutorado Pleno no Exterior (GDE) – Processo Nº
201933/2014-4
Email: diogenesdeluna@cariri.ufc.br

Vitor Torres

Doutorando nas Universidades Federal da Bahia e da Beira Interior/
Investigador do GJOL/ Bolsista Capes: Processo BEX: 6988/14-8
Email: vitorres.mid@gmail.com

Resumo

O artigo explora a crescente relevância dos tecnoatores – designers e programadores – no webjornalismo. Três questões balizam a investigação: ainda se pode dizer que a rede de trabalho dentro da redação funciona em torno do jornalista? Em que medida a emergência de novos atores pode interferir nos mecanismos de produção jornalística? Os designers e programadores partilham o mesmo conceito de notícia dos jornalistas? As respostas emergem num grupo focal realizado com três profissionais – um jornalista, um designer e um programador – do jornal Web Observador.

Palavras-chave: Webjornalismo. Rotinas produtivas. Tecnoatores. Interfaces. Novos formatos.

Abstract

The article explores the growing relevance of techno-actors -designers and programmers- in web journalism. Three issues underpin the research: One can still say that the network inside the Newsroom goes around the journalist? To what extent can the emergence of new actors interfere within the news production process? Do the designers and programmers share the same concept of news as the journalists? The answers emerge in a *focus group* conducted with three professionals-a journalist, a designer and a programmer. They work for the web newspaper Observer.

Keywords: Web journalism. News production routines. Techno-actors. Interfaces. New formats.

Resumen

El artículo explora la importancia creciente de tecnoatores-diseñadores y programadores de web periodismo. ¿Tres cuestiones apuntalan la investigación: se puede decir todavía que funciona la red de trabajo dentro de la sala de redacción por el periodista? ¿La medida en que la aparición de nuevos actores puede interferir con los mecanismos de producción periodística? Diseñadores y programadores comparten el mismo concepto de los periodistas de noticias. Las respuestas surgen en un grupo focal realizado con tres profesionales, un periodista, un diseñador y un Programador Web periódico Observer.

Palabras-clave: Web Periodismo. Rutinas productivas. Tecnoatores. Interfaces. Nuevos formatos.

Introdução

A crescente digitalização dos produtos e processos midiáticos provoca mudanças significativas no jornalismo, sendo a circulação de notícias influenciada pelo desenvolvimento dos sistemas computacionais. O *software* é a interface midiática contemporânea e o seu desenvolvimento age sobre a forma e o conteúdo da informação jornalística. “Para compreender a mídia hoje nós precisamos compreender o *software* mídia – sua genealogia (de onde vem), sua anatomia (interfaces e operações) e seus efeitos práticos e teóricos” (MANOVICH, 2014, p. 124).

O problema é que a maior parte das pessoas, tanto usuários quanto os próprios jornalistas, pouco ou nada sabem sobre o funcionamento interno do *software*. As linguagens codificadas e os comandos operacionais (algoritmos) demandam conhecimentos específicos e os não-especialistas ficam restringidos a uma ação superficial na interatividade com plataformas web e aplicativos móveis (*apps*). Portanto, profissionais como designers e programadores devem ser compreendidos como tecnatores relevantes na investigação jornalística, pois são eles que detêm os conhecimentos necessários para lidar com os *softwares*.

Para investigar as consequências das mudanças em curso é preciso seguir duas etapas. Em primeiro lugar, é necessário compreender os atores envolvidos na negociação: descobrir quem são eles e que conhecimentos jornalísticos possuem, se trabalham integrados em redações (partilham o mesmo ambiente físico com jornalistas) ou prestam serviço a distância.

O segundo passo consiste em explorar a percepção que estes tecnatores têm do processo de produção de notícias, saber até que ponto os valores-notícia historicamente reconhecidos por jornalistas são partilhados por designers e programadores e como estes profissionais influenciam as notícias e os novos formatos on-line.

A presente investigação debate estas questões a partir de um estudo de caso exploratório realizado na redação do jornal on-line português *Observador*¹, lançado em maio de 2014. Para explorar as negociações em curso foi realizada uma entrevista com grupo focal em que participaram um jornalista, um designer multimídia e um programador.

¹ <http://observador.pt/>

I. Redações em ebulição

O avanço tecnológico sempre obrigou o jornalista a se atualizar, pois a comunicação humana é diretamente influenciada pelo desenvolvimento das técnicas que permitem o armazenamento/inscrição e a distribuição/circulação de informação (THOMPSON, 1995; BRIGGS & BURKE, 2006). Jornal impresso, rádio e televisão estabeleceram padrões segundo os quais os profissionais aprenderam a operar. Uma vez dominada a operacionalidade de cada meio, repórteres e editores conquistaram uma autonomia relativa sobre o controle dos formatos e dos conteúdos.

O cenário das mídias digitais é bastante diferente. Profissionais ligados à informática, como designers multimídia e programadores, podem interferir diretamente sobre formatos e conteúdos quando desenvolvem programas e interfaces nos quais as notícias são produzidas e distribuídas. Esta característica dos meios digitais pode ser facilmente compreendida por qualquer usuário que decida criar um blog ou um site em plataformas como *Blogger* e *Wordpress*. Ainda que não tenha sequer conhecimentos rudimentares das linguagens de programação que estão presentes no sistema (PHP, JAVA, HTML, CSS, MySQL, entre outras), o utilizador encontra uma interface gráfica suficientemente simples e auto-instrutiva através da qual pode inserir conteúdos multimídia ou texto, determinar o tamanho, cor e formato da fonte, a disposição dos elementos gráficos e a divisão das seções em que se organizam os conteúdos.

Segundo Goffey (2008), os algoritmos incorporam estruturas de comando que permitem ao *software* realizar tarefas específicas. Assim, mudanças no *software* acarretam mudanças na comunicação, seja do ponto de vista da forma, seja do conteúdo. Aqueles que definem os algoritmos (ou as “estruturas de comando”) têm uma posição privilegiada no ecossistema midiático contemporâneo. Desde interfaces-padrão pré-desenhadas (*templates*), até a possibilidade de incluir *hashtags* e metadados associados aos conteúdos, designers e programadores influenciam diretamente a maneira como nos comunicamos. Ao contrário do modelo *broadcasting*, não há estabilidade nos novos suportes digitais, que se caracterizam justamente por terem representação numérica, serem

modulares, automáticos e transcódificáveis e, o que mais nos interessa, dotados de variabilidade (MANOVICH, 2001), podendo o *software* ser modelado e remodelado quantas vezes for necessário.

Os jornalistas lidam diariamente com plataformas digitais (*back-office systems*) que impõem parâmetros para a produção. Precisam, portanto, negociar com outros profissionais os horizontes sobre os quais trabalham a informação. Estudos sobre convergência profissional nas redações apresentam detalhadas análises das relações estabelecidas entre jornalistas de diferentes meios (jornal, rádio, TV, Internet) quando agrupados num mesmo ambiente produtivo (BARBOSA, 2009; SALAVERRÍA, GARCIA-AVILÉS, MASIP, 2010; BASTOS *et. al.*, 2013). Surgem tensões que revelam como pode ser difícil estabelecer consensos quando diferentes abordagens estão em jogo. É o que acontece no Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), paradigma que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da composição e da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística (BARBOSA E TORRES, 2013). “As distintas culturas condicionam as rotinas, os critérios de seleção de notícias, etc. O processo de convergência (...) implica o trabalho conjunto de profissionais com concepções jornalísticas muito distintas” (SALAVERRÍA, GARCIA-AVILÉS e MASIP, 2010, p.52).

Da perspectiva profissional, os jornalistas formam, de acordo com Traquina (2005), uma “tribo” que partilha ideologias, normas e valores. Portanto, a convergência jornalística *stricto sensu* ocorre num campo onde há certos denominadores comuns sobre os quais o diálogo é estabelecido e, ainda assim, surgem muitas polêmicas. O alargamento e a complexificação destas relações, visto que os novos atores se tornam fundamentais para compreensão do jornalismo, vêm aprofundar as tensões dentro das redações. Há uma interdependência cada vez maior entre jornalistas e especialistas de outras áreas, sobretudo designers multimídias e programadores responsáveis por lidar com áreas para as quais os profissionais da notícia não foram treinados. O choque entre as diferentes concepções e abordagens que cada área atribui à prática jornalística, bem como às noções de notícia, informação e comunicação, conduzem a uma série de questões que são essenciais para se compreender o futuro do jornalismo.

A cultura da tecnologia é diferente da cultura do jornalismo. Cada uma carrega diferentes ideias sobre objetividade, transparência, partilha de informação e performance. Quando se mesclam essas culturas, o que emerge em termos de uma dinâmica híbrida? Como os atores, seus backgrounds e treinamentos, seus processos e a estrutura organizacional afetam o produto que eles entregam? (ROYAL, 2012, p.8).

Tradicionalmente, as pesquisas na área privilegiam as abordagens centradas nas redações e nos jornalistas profissionais que ali atuam. Sem negar a importância do vasto material construído durante décadas, torna-se necessário incluir outros profissionais no espectro da investigação. Se antes os meios tinham certa estabilidade, hoje o *software* representa uma mudança contínua nos formatos e nos conteúdos midiáticos. Todos os que trabalham neste campo são elementos centrais para o futuro do jornalismo e das notícias.

Um conjunto recente de investigações acadêmicas enfatiza a consolidação do “jornalismo computacional”, nome dado à prática jornalística que utiliza ferramentas informáticas na seleção, edição e distribuição de informação (COHEN, HAMILTON & TURNER, 2011; ANDERSON, 2012; LIMA JÚNIOR, 2012). Ainda que o uso de sistemas computacionais por jornalistas remeta para o final da década de 1960², e que a informatização massiva das redações na maior parte dos países tenha ocorrido na década de 1990, o jornalismo computacional só se estabeleceu como um campo relevante uma década depois, com a estabilização da conexão de alta velocidade e o desenvolvimento de *softwares* de busca, análise e visualização de dados.

Alguns dos principais grupos midiáticos começam a formar equipes híbridas constituídas por profissionais capacitados para lidar com a crescente necessidade de buscar, filtrar, organizar e distribuir informação a partir de complexas bases de dados digitais (ROYAL, 2012; PARASIE & DAGIRAL, 2012; TRASEL, 2014a, 2014b). Apesar do surgimento de termos como “jornalista-programador”, “jornalismo guiado por dados”, “reportagem assistida por computador”, ainda é significativa a distância entre os jornalistas profissionais e os experts em programação e design. As implicações oriun-

² Tal prática ficou conhecida como *computer-assisted reporting* (CAR), sendo estabelecida pioneiramente por Philip Meyer no Detroit Free Press (Royal, 2012)

das desta distância podem desestabilizar a própria noção de notícia.

Numa série de entrevistas com designers de aplicativos agregadores para dispositivos móveis, Ananny & Crawford (2014) relatam como estes intermediários tecnológicos são, ao mesmo tempo, programadores de algoritmos, curadores e editores que usam julgamentos diferentes daqueles tradicionalmente realizados por jornalistas para determinar o que é e como chegará a informação à audiência. Em suma, estamos diante de uma negociação intensa, ou como preferem os autores, uma “imprensa limiar”: “um conjunto de relações entre atores que não se autoidentificam como jornalistas, mas definem as condições em que as notícias são criadas e distribuídas” (ANANNY & CROWFORD, 2014, p. 2). O que está em negociação são os limites da autonomia das diferentes especializações no quadro atual de hibridização de identidades, normas e ideologias (ANANNY, 2012).

2. Emergência de novos atores

Uma organização jornalística é um ecossistema complexo de trabalho, movido por diferentes atores com distintas funções e responsabilidades. Estes atores promovem interações e negociações singulares, condizentes com os contextos econômicos, políticos e tecnológicos nos quais as organizações e os seus profissionais estão inseridos. A cooperação entre esses atores, que atuam dentro e fora das redações, visa alcançar o objetivo comum de criar e promover mecanismos de produção jornalística. No processo cooperativo posicionam-se designers e programadores, além de profissionais do departamento comercial, a audiência e, claro, os jornalistas. Todos buscam acordos e normatizações para auferir informações relevantes.

Neste modelo cooperativo de produzir informações noticiosas percebe-se, num primeiro contato, o profissional jornalista a ocupar a posição central, situando-se num lugar hierarquicamente acima de qualquer outro ator que participe do processo. “Na tradição da sociologia do jornalismo, temos a tendência a considerar esses ‘outros atores’ como se estivessem ao lado ou em torno do jornalismo” (CHARRON, DAMIAN-GAILLARD, e TRAVANCAS, 2014, p. 14). É neste contexto que surge a primeira pergunta de investiga-

ção: ainda se pode afirmar que a rede de trabalho dentro da redação funciona em torno do jornalista?

Neste trabalho debruçamo-nos sobre as negociações entre jornalistas, programadores e designers, buscando evidenciar quais as possíveis transformações nos mecanismos de produção emergem a partir do processo cooperativo de trabalho entre estes atores. Funcionários do departamento comercial e a audiência, no caso específico, distanciam-se do nosso objetivo, apesar de também serem atores fundamentais na rede produtiva.

Atualmente, o privilégio dado por organizações jornalísticas ao digital como consequência da aceleração do desenvolvimento do contexto tecnológico das sociedades modernas, provocou o que Moretzsohn (2014) pontua como uma alteração radical das rotinas produtivas. A prerrogativa provocou reformas relacionadas, por exemplo, “à jornada de trabalho, à exploração do trabalho, à forma de produzir e circular a notícias” (MORETZSOHN, 2014, p.60). Percebe-se, como argumentam Charron, Damian-Gaillard e Travancas (2014), haver “novos atores participando do processo jornalístico, que novas modalidades de difusão da informação se desenvolvem e novas oportunidades aparecem” (p.16). Neste trabalho interessa-nos desvelar as transformações na forma de produzir a informação noticiosa.

Novos modos de cooperação emergem, criam tensões e rivalidade entre jornalistas e os “outros”, deixando perceber zonas de incerteza para todos os profissionais e zonas de sombra para os pesquisadores (CHARRON, DAMIAN-GAILLARD e TRAVANCAS, 2014). As pesquisas ressaltam as transformações nas rotinas de produção e apresentação da notícia como reflexo de mudanças socioeconômicas e inovações tecnológicas na contemporaneidade (MORETZSOHN, 2014; PEREIRA E ADGHIRNI, 2011). Este cenário de rápido desenvolvimento tecnológico questiona os atores envolvidos no processo de produzir e circular informação jornalística sobre habilidades que permitiriam entender, na sua magnitude tecnológica, o sistema digital no qual agora atuam (LIMA JUNIOR, 2012). Neste sentido, mudar o modo como produzir notícias influiria diretamente em transformações na maneira de ensinar a produzir notícias.

Os desafios do ensino, com novos atores atuando neste complexo ecossistema (FIGARO, 2014; BECKER, BARREIRA, 2013; LIMA JUNIOR, 2012), revelam-se à

medida que outras habilidades são exigidas aos profissionais que pretendem atuar em organizações jornalísticas que produzem e distribuem na e para a Web. Alguns pesquisadores (LIMA JUNIOR, 2012; PARASIE & DAGIRAL, 2012) argumentam que neste cenário deverá emergir um profissional híbrido, dotado de habilidades que o posicionam como jornalista, programador e designer.

Um exemplo atual de aproximação de profissionais programadores, designers e jornalistas em redações jornalísticas é que vem se chamando de Jornalismo Guiado por Dados (JGD). Träsel (2014) apresenta o JGD como parte do jornalismo computacional e argumenta que a aplicação da computação aos conhecimentos das ciências sociais na pesquisa e interpretação de dados, dá origem a novas formas de produção de narrativas jornalísticas.

Barbosa (2014) observa que há expansão do JDBD na contemporaneidade e, pautada neste crescimento, acredita que “esse paradigma se consolidará no contexto da convergência jornalística, também em razão das potencialidades abertas pelos dispositivos móveis” (p. 5). As cooperações nas redações jornalísticas que privilegiam o digital revelarão novas estratégias para que todos os atores se adaptem às pretensões das organizações e convivam como equipe.

Träsel (2014a) acredita que, das tensões resultantes da cooperação entre diferentes atores nas redações, caberá aos jornalistas assumirem o papel de técnicos, buscando a hibridiz profissional. O autor salienta que, além da necessidade de especialização técnica por parte dos jornalistas, os tecnatores tendem a assumir papéis mais centrais nas redações devido à maior importância da componente tecnológica no produto final. A realidade mostra que um programador pode desenvolver um algoritmo que hierarquiza as informações com base em métricas de acesso, o que vai influenciar a organização da informação na página. O mesmo acontece quando um designer elabora um projeto de visualização de dados que privilegia determina informação em detrimento de outra. A ser assim, **em que medida a emergência dos novos atores pode interferir nos mecanismos de produção jornalística?**

Independente das tensões profissionais que possam existir nas redações, e da sua influência na organização da informação, há pelo menos uma área em que as mudanças já são visíveis: o nascimento de novos formatos e narrativas adaptadas aos novos meios.

Exemplos desta realidade são as chamadas seções Dados. Internacionalmente evidenciamos a atuação da organização jornalística *The Guardian* por meio da seção *Data*³, de projetos como o *Data Journalism Handbook*⁴ e do compartilhamento de dados através de *Application Program Interface* (APIs). As organizações *The New York Times* e *BBC* também compartilham dados através das APIs. Entre organizações brasileiras, podem-se destacar as propostas da paranaense *Gazeta do Povo*, principalmente pelo pioneirismo, o projeto *Estadão Dados* da organização *O Estado de S. Paulo* e o projeto *ZH Dados* da organização gaúcha *Zero Hora*.

Outro exemplo de novos formatos são as reportagens multimídia, podendo aqui ser evidenciada a reportagem *Snow Fall: The avalanche at Tunnel Creek*⁵ executada pelo *The New York Times*, em dezembro de 2012. A reportagem, que rendeu o prêmio Pulitzer ao jornalista John Branch, relatou a história de uma avalanche ocorrida no vale *Tunnel Creek*, em Washington (EUA), e tornou-se referência por inovar no modo de narrar. A proposta de *design* verticalizado e essencialmente multimídia converteu-se em padrão e inspirou organizações diversas a produzir reportagens semelhantes.

Além de John Branch, jornalista que coordenou o projeto, a equipe responsável pela reportagem era formada por II profissionais responsáveis pela programação e *design* multimídia, um fotógrafo, três *videomakers* e uma pesquisadora associada. Fundamentalmente híbrido, o time de profissionais alcançou o objetivo de narrar a história da avalanche de maneira inédita, aproveitando os recursos multimídias das redes digitais. Neste exemplo, o resultado das negociações entre os profissionais que executaram a narrativa alterou a noção de que o produto jornalístico é a notícia, inserindo novos elementos ao formato que, por vezes, podem ser vistos como desnecessários e geram estranheza. Nos comentários sobre a reportagem *Snow Fall*, vários usuários chamam a atenção para isso, escrevendo um deles que “esta estória não é uma notícia nem jornalismo, mas sim entretenimento”. Essa alteração poderá resultar da participação dos atores não-jornalistas, pelo que importa esclarecer uma dúvida: **os**

3 <http://www.theguardian.com/data>

4 <http://www.theguardian.com/news/datablog/2012/apr/20/data-journalism-handbook>

5 <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/>

designers e programadores partilham o mesmo conceito de notícia dos jornalistas? É certo que a intervenção de novos tecnoatores permitiu o aparecimento de novos gêneros e formatos, mas será interessante verificar até que ponto estes novos produtos ainda têm por base o conjunto de rotinas que se foi estabilizando entre os jornalistas.

3. Rotinas de produção

Ao abordar o tema da pesquisa sobre os *mass media*, há uma tradição consolidada no que diz respeito ao estudo sobre os emissores dos sistemas comunicacionais. Wolf (2009) identifica duas abordagens: uma, mais voltada à sociologia das profissões, preocupa-se com as correlações de fatores sociológicos e culturais no processo de produção das mensagens; a outra, mais afinada com a metodologia desta investigação, trata da “lógica dos processos pelos quais a comunicação de massa é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se efetua a construção das mensagens” (p. 179).

Figuram nesta segunda linha de investigação as pesquisas sobre o *newsmaking*. A observação da lógica dos processos de produção de notícias retoma força e ganha novo fôlego com a emergência da internet no ecossistema midiático. A dialética entre os vários atores na produção da notícia envolve, de acordo com a tradição de estudos sobre o *newsmaking*, os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade. São estes critérios que determinam se um acontecimento será ou não noticiado e qual a posição que essa informação ocupará na hierarquia do jornal. Os valores-notícia não funcionam de maneira estanque e isolados uns dos outros, mas sim como uma rede associativa na qual cada um deles se articula com outros para a seleção. “São as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que recomendam a seleção de um facto” (WOLF, 2009, p. 195-196). Estes valores aplicam-se não apenas no momento da seleção, mas durante todo o processo de produção das notícias, ou seja, na recolha, seleção e apresentação. Este trabalho concentra-se justamente na última fase, momento em que coincidem os três atores analisados.

O formato é fundamental no processo de produção em uma redação jornalística digital. É pensando nela que se agenciam negociações entre estes três atores, para pensar no produto final e na maneira de executá-la dentro das possi-

bilidades do meio. O tipo de conteúdo utilizado (ex: texto/som/vídeo/infografia) passa por esta negociação. Tais agenciamentos internos acontecem entre o programador, que desenvolve as ferramentas, *softwares* e bases de dados sem os quais não seria possível a produção, gerenciamento e distribuição das notícias; o designer, que se entende como construtor da comunicação e integrante da equipe de produção de notícias ao desenvolver ferramentas de interação e peças multimídia; e o jornalista, com a experiência profissional de seleção, edição e alinhamento geral daquilo que será disponibilizado como notícia. “Nos critérios de relevância relativos ao produto, engloba-se também aquele que se refere à notícia como resultado de uma ideologia de informação, baseada, por sua vez, na história dos sistemas informativos e do jornalismo” (WOLF, 2009, pp. 206-207).

A inserção dos designers e dos programadores nas redações acaba por afetar o grupo de referência tradicionalmente composto apenas por jornalistas (BREED, 1993). Por isso é oportuno compreender como os vários atores envolvidos percebem seu papel na produção da notícia.

4. Estudo de caso: *Observador*

Se a emergência de novos atores nas redações jornalísticas não é uma novidade, a importância crescente que eles assumem num cenário de permanente inovação tecnológica ganha uma enorme relevância. A influência destes tecnoatores é visível no produto final, a informação, que aparece em novos formatos, com novas narrativas e, em alguns casos, com uma organização diferente do habitual. Torna-se por isso fundamental entender a forma como funcionam as novas redações de meios on-line, respondendo às três questões colocadas inicialmente: ainda se pode dizer que a rede de trabalho dentro da redação funciona em torno do jornalista? Em que medida a emergência de novos atores pode interferir nos mecanismos de produção jornalística? Os designers e programadores partilham o mesmo conceito de notícia dos jornalistas?

4.1 Objeto de estudo

Para responder a estas questões foi desenvolvido um trabalho exploratório no *Observador*, jornal Web nativo lança-

do em maio de 2014 na cidade de Lisboa. Seis meses depois do seu lançamento trabalhavam neste jornal 26 jornalistas, 2 designers, 3 programadores e 4 gestores de redes sociais. Nesta data o jornal apresentava uma média diária de 500 mil pageviews, 42% dos quais acessavam o site por meio de dispositivos móveis (*app* e *Web*)

O *Observador* é uma publicação que explora as potencialidades do meio: “Vamos tirar o maior partido daquilo que o jornalismo tradicional separava mas que a Internet une: o texto, o som, o vídeo, o gráfico interativo, a galeria de imagens, o documento original”⁶. Para além dos conteúdos, o jornal marca igualmente a diferença pela interação com os leitores. “O contacto com os leitores será directo e aberto, como é regra na rede, e os nossos jornalistas não fugirão ao diálogo. Hoje o jornalismo não é apenas dar a conhecer ao público as últimas notícias, é cada vez mais ajudar o público a mover-se no imenso mar de informação que o rodeia, ajudá-lo a interpretar e a compreender”.

4.2 Metodologia

A metodologia usada neste trabalho foi o *focus group*, um procedimento qualitativo que permite avaliar as diferentes perspectivas dos participantes em relação a uma determinada questão. Uma das vantagens deste método é colocar todos os participantes no mesmo espaço, permitindo a interação entre eles e, dessa forma, uma avaliação das suas reações e da forma como as respostas de uns podem condicionar o comportamento de outros. Neste grupo participaram três profissionais – um jornalista, um designer e um programador – tendo o trabalho sido realizado no dia 10 de novembro de 2014 na sede do jornal, em Lisboa. Todo o processo foi gravado em áudio e vídeo.

4.3 Resultados

A primeira questão que se pretendia esclarecer está relacionada com a organização da redação. Num meio fortemente dependente da tecnologia ainda se pode afirmar que o trabalho funciona em torno do jornalista? O designer iden-

tifica-se com o grupo de referência da redação: “Não me vejo como jornalista mas vejo-me como uma pessoa influente porque lido com a imagem do site”. Embora sem interferência direta no conteúdo, o designer considera que a definição da forma a atribuir a esse conteúdo é importante na transmissão da mensagem ao leitor. Salienta ainda que no centro de tudo está a notícia, mas a forma de apresentação está a ganhar importância.

Esta ideia é corroborada pelo jornalista:

Pensamos que o trabalho deles não é fazer notícia, mas eles influenciam diretamente o nosso processo de produção de notícia (...) Muitas vezes temos ideias, tem esse tema, podemos fazer dessa maneira ou daquela. Mas, claro, isso na nossa cabeça, pensando unicamente em informação, em conteúdo, em lead, relacionar informação. Depois precisamos da parte técnica para conseguirmos alcançar os nossos objetivos. É aí que eles entram, dando as ferramentas que precisamos para construir aquilo, e também podando nossas asas em relação a dizer não. Então, eles (os designers e programadores) são parte do processo, mas não controlam o processo.

O trabalho do jornalista parece assim continuar a polarizar o processo dentro redação, embora todos reconheçam que os tecnatores têm uma forte influência no produto final, fundamentalmente na rapidez e na forma como o trabalho é apresentado.

Quando a questão é colocada noutra contexto, a opinião do designer parece mudar. “Consideram que ajudam a construir uma ideia de notícia?”, perguntou-se ao designer: “Obviamente que sim, nós criamos a experiência para o jornalista e para a pessoa que vai utilizar o artigo. Se a página não tiver uma boa performance, nem estiver estruturada, claro que vai influenciar a forma como a pessoa vai ler a notícia”. Neste caso o designer reclama a centralidade do processo para a parte técnica. Ao dizer que eles criam as condições para uma boa produção (jornalistas) e um bom consumo (usuários), os tecnatores assumem uma centralidade simbólica em relação às outras duas partes.

A segunda questão procurava perceber se estes novos atores interferem nos mecanismos de produção jornalística. Das respostas anteriores podemos deduzir que sim, fundamentalmente nos formatos. Ao longo da entrevista foram re-

⁶ <http://observador.pt/explicadores/tudo-o-que-precisa-de-saber-sobre-o-observador/05-em-que-e-que-o-observador-e-diferente/>

feridos múltiplos exemplos em que questões técnicas, quer ao nível do design, quer ao nível das velocidades de acesso aos conteúdos, condicionaram o trabalho final. Como refere o designer:

Nós falamos em código com os computadores, que é para os computadores transformarem o nosso código em alguma coisa que seja visível ou legível para toda a gente. E, portanto, tanto eu como o programador, como qualquer elemento aqui, influenciamos a notícia e a própria maneira como a notícia é criada.

O jornalista reforça o papel dos tecnoatores quando diz que as ferramentas servem para que tudo se faça mais rápido, o que é essencial numa publicação on-line. A partir desta ideia podemos concluir que em ambientes on-line há um reforço do papel do tecnoatores, o que está obviamente relacionado com a instabilidade dos novos suportes digitais antes referida, ou seja, por ocorrer uma permanente evolução que impede a estabilização de rotinas tal como ocorre no *broadcasting*.

Por fim, o trabalho procurava saber se jornalistas e tecnoatores partilham o mesmo conceito de notícia. No caso do programador, a notícia é vista “como um desafio tecnológico”. Por trabalhar na parte do servidor, a sua preocupação centra-se “no que é preciso para o jornalista colocar notícia cá fora rápido” e na parte da velocidade de acesso para os usuários.

O designer assume que tem uma cultura mais visual: “Gosto mais de ver, de recolher imagens e ler pouco texto”. Apesar disso nota-se que o trabalho no jornal influenciou a sua percepção de notícia e começa a gostar de ler outro tipo de artigos mais extensos. “Começo a perceber a influência e o poder que tem uma notícia bem criada”, incluindo neste conceito tudo o que se relaciona com a cultura visual e o formato final, mas também com a linguagem, que na sua opinião deve ser mais direta.

No caso do jornalista não houve uma resposta direta, mas em outra pergunta destaca que o conceito da notícia digital depende da contextualização, da credibilidade, da rapidez, da hipermídia e da usabilidade, tudo conjugado para proporcionar uma boa experiência ao usuário.

Embora seja difícil concluir se os participantes têm o

mesmo conceito de notícia, parece existir uma ideia comum: o mais importante é responder às preferências dos usuários. Talvez por isso, a preocupação com os *pageviews* está bem presente nestes profissionais e na direção do jornal. Vale a pena referir que na redação existe uma tela que mostra permanentemente os dados sobre as visitas ao site. O jornalista diz que “[o índice de] *pageviews* é importante, mas a credibilidade do meio também”, vendo a tela de forma positiva, considerado-a uma “motivação” e não uma forma de pressão. “Não é importante, mas é um ingrediente do nosso fazer diário”.

Esta ligação à audiência emergiu novamente em outra discussão: questionados sobre o conceito de proximidade, algo fundamental nesta atividade, o jornalista interpretou a pergunta em termos de cobertura jornalística: “A nossa proximidade é nacional porque tudo o que é nacional nos interessa”. Já o designer se ligou mais ao usuário: “O *Observador* está em todo o lado, em todas as plataformas”. Estas respostas reforçam a ideia de que existem pelo menos duas culturas nas redações: uma mais preocupada com a proximidade na recolha de informação e outra na sua distribuição. Esta diferença surgiu também noutras questões em que conteúdo e formato emergiram como polarizadores da atenção de um ou de outro profissional.

Notas finais

O pessoal (da redação) tem dificuldade em entender qual é a função específica do designer e a do programador. É como se fosse uma coisa só. (...) A preocupação é muito maior com a notícia, com a informação, e essa preocupação tecnológica deixa com eles. Nós somos jornalistas e eles são o pessoal da informática.

Esta frase do jornalista que participou no estudo ilustra bem a ideia mais habitual dentro das redações de meios multimídia. Três mundos, três culturas mas, curiosamente, um só objetivo: responder às expectativas dos usuários. Esta é, talvez, a grande conclusão deste trabalho. Embora desde pontos de vista diferentes, os três profissionais procuram melhorar a experiência do usuário: o programador procura que ele acesse mais rapidamente a informação, o designer entende melhorar a usabilidade e tornar o conteúdo apela-

tivo e, por fim, o jornalista busca oferecer informação contextualizada e credível.

No que concerne ao funcionamento da redação, o jornalista ainda tem o lugar central, mas é evidente que a sua dependência em relação aos tecnatores está crescendo. Num setor onde os formatos e os novos suportes influenciam a escolha dos consumidores, os jornalistas são obrigados a procurar maior aproximação com os profissionais que dominam a parte tecnológica. Embora alguns autores defendam a figura do jornalista-programador, como se viu antes, a evolução tecnológica é tão rápida que exige profissionais dedicados apenas ao setor técnico. Como referiram o designer e o programador, a sua missão é resolver problemas e implementar formatos complexos mais apelativos. Dentro dos problemas a resolver estão o desenvolvimento de sistemas que acelerem o trabalho dos jornalistas e que simultaneamente lhes permitam elaborar conteúdos de maior apelo. Talvez por isso, os tecnatores reconhecem não ser jornalistas nem produzir notícias, mas consideram-se elementos muito influentes nos mecanismos de produção jornalística porque uma parte do processo depende do seu desempenho.

No atual ecossistema midiático, marcado pela emergência de novos meios, é natural que surjam igualmente novos atores, dentro e fora das redações. Neste artigo desenvolve-se um estudo exploratório sobre as alterações que se verificam dentro das redações. O objetivo é alargar este estudo a uma amostra mais vasta, procurando-se desta forma decodificar as novas dinâmicas dentro das redações da mídia digital nativa.

Referências

- ANNANY, M. (2012). Press-public collaboration as infrastructure: tracing news organizations and programming publics in application programming interfaces. *American Behavioral Scientist*, v. 57, n. 5, p. 623-642. doi:10.1177/0002764212469363
- ANNANY, M. & Crawford, K. (2014) A Liminal Press: Situating news app designers within a field of networked news production. *Digital Journalism*, p. 1-17. doi:10.1080/21670811.2014.922322
- ANDERSON, C.W. (2012). What aggregators do: Towards a networked concept of journalistic expertise in the digital age. *Journalism*, 14(8), p.1008-1023. Doi: 10.1177/1464884913492460.
- BARBOSA, S. (2009). Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: Rodrigues, C. (Org.). *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/Sulina, p. 35-56.
- BARBOSA, S. (2014). Agentes de inovação, renovação e reconfiguração para o jornalismo em tempos de convergência. *Revista de Cibercomunicacion*. Vol I, num I.
- BARBOSA, S. & Torres, V. (2013). O paradigma 'Jornalismo Digital em Base de Dados': modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 25, p. 152-164.
- BASTOS, H. (2014). Da Crise dos Media ao Desemprego no Jornalismo em Portugal. *Revista Parágrafo*, v.2, n.2.
- BASTOS, H.; Zamith, F.; Reis, I.; Jerónimo, P. (2013). Convergência jornalística nos média em Portugal: um estudo exploratório. In Zamith, Fernando; Bastos, Helder; Reis, Isabel (Org.). *Livro de Atas do III COBCIBER*, p. 4-37.
- BECKER, B. & Barreira, I. (2013). *Snow Fall: uma avalanche de criatividade e de desafios para o Ensino de Jornalismo*. *Revista Contracampo*, v. 28, n. 3. p. 73-91.
- BREED, W. (1993). Controlo social nas redação: uma análise funcional. In: Traquina, Nelson. *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Veg
- BRIGGS, A. & Burke, P. (2006). Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- CHARRON, J.; Damian-Gaillard, B. & Travancas, I. (2014). Os invisíveis do jornalismo. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*. Vol 3, nº 1.

- COHEN, S.; Hamilton, J. T. & Turner, F. (2011). Computational Journalism: how computer scientists can empower journalists, democracy's watchdogs, in the production of news in the public interest. *Communications of the ACM*, p.66-71, doi:10.1145/2001269.2001288
- FIGARO, R. (2014). Jornalismo e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. *Revista Parágrafo*. v.2, n.2.
- GOFFEY, A. (2008) Algorithm. In: Fuller, Matthew. *Software studies: a lexicon*. Cambridge: MIT Press, p. 15-20.
- LIMA JUNIOR, W.T. (2012). Big Data, Jornalismo Computacional e Data Journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. *Estudos de Comunicação*, n.12, p.207-222.
- MANOVICH, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- MANOVICH, L. (2013). *Software takes command: extending the language of new media*. New York: Bloombury.
- MORETZSOHN, S. (2014). 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.
- PARASIE, S. & Dagiral, E. (2012). Data-driven journalism and the public good: “computer-assisted-reporters” and “programmer-journalists” in Chicago. *New Media & Society*, v. 15, n. 6, p. 853-871. doi:10.1177/1461444812463345
- PEREIRA, F.H. & Adghirni, Z.L. (2011). O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. *Intexto*, v. 1, n. 24, p. 38-57.
- ROYAL, C. (2012). The journalist as programmer: a case study of *The New York Times* interactive news technology department. #ISOJ - International Symposium on Online Journalism, Volume 2, Number 1.
- SALAVERRÍA, R.; Garcia-Avilés, J. A. & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. In: García, X.L. & Fariña, X.P. (Coords.). *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Universidade de Santiago de Compostela: Santiago de Compostela, p. 41-54.
- THOMPSON, J. (1995). *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity.
- TRÄSEL, M. (2014a). Aprendendo a se deixar guiar por dados: a formação dos jornalistas da equipe Estadão Dados. REBEJ - Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, v.4, n. 14, p. 85-99.
- TRÄSEL, M. (2014b). Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. II, nº 1, p. 291-304.
- TRAQUINA, N. (2005). *Teorias do jornalismo Volume II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.
- WOLF, M. (2009). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Outras publicações dos autor:
- CANAVILHAS, J. (2014). Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. Em João Canavilhas, *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, pp. 3-24. Covilhã: Livros Labcom. ISBN: 978-989-654-144-6.
- CANAVILHAS, J. & González-Molina, S. (2014). Las redes sociales como canal comunicativo: el caso de las asociaciones de consumidores de España y Portugal. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(1), 13-25. DOI 10.14198/MEDCOM2014.5.1.12.
- CARVALHEIRO, J.R., Correia, J.C. & CANAVILHAS, J. (2014). Whose is the agenda? Contents, practices and values in Portuguese regional newspapers. *Journal of Applied*

Journalism & Media Studies 01/2014; 3(1). DOI:10.1386/ajms.3.1.97-1

CANAVILHAS, J. (2014). Periodismo y movilidad: un reto para las empresas, un desafío para las escuelas de comunicación. Em Beatriz Pena Acuña, Fórmulas para la innovación en la docencia universitaria, pp. 81-102. Madrid: Vision Libros. ISBN: 978-84-15965-93-0

CANAVILHAS, J. (2013). El periodismo en los tiempos de un nuevo ecosistema mediático: propuestas para la enseñanza superior. Revista Historia y Comunicación Social, Vol.18, pp. 511-521

Outras publicações do autor:

SATUF, I. (2014). A rua manda notícias: dispositivos móveis e manifestações sociais na atualização dos critérios de noticiabilidade. Liinc em Revista, v. 10, n.1, p. 317-329.

SATUF, I. (2014). As telas ubíquas e a mediação do torcedor de futebol. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 11, n.2, p. 328-340.

SATUF, I. (2013). Revista Urbano: prática laboratorial numa proposta modular. In: Demétrio de Azeredo Soster & Mirna Tonus. (Orgs.). Jornalismo-laboratório: impressos. p. 191-205. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.

SATUF, I. (2012). O blog jornalístico e a visibilidade da audiência. In: Vera França & César Guimarães (Orgs.). Mídia, instituições e valores. p. 119-129. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Outras publicações do autor:

TORRES, Vitor. (2013) Entre a Audiência, as Ocorrências Cotidianas e a Instituição Jornalismo: O Sistema de Recompensa Simbólica de The Huffington Post. In: José Carlos Ribeiro; Thais Miranda; Ana Terse Soares. (Org.). Práticas interacionais em rede. Ied.Salvador: EDUFBA, v. 1, p. 1.

TORRES, Vitor. . Personalizando a circulação de informações jornalísticas nas redes digitais. In: VI Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, 2014, Bilbao. Las audiencias como garante de la calidad de la información en los cibermedios, 2014.

TORRES, Vitor. ; NORMANDE, N.L. . Experiências de estágio docente no ensino de ciberjornalismo. In: 4 Simpósio de Ciberjornalismo, 2013, Campo Grande, MS. 4 Simpósio de Ciberjornalismo, 2013.

TORRES, Vitor. . Estado da arte da pesquisa sobre agregadores de notícias. In: SBPJor, 2013, Brasília. XI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2013.

Outras publicações do autor:

LUNA, D. (2014) O novo ecossistema midiático sob o olhar analítico do diário nativo digital Observador. In: Actas de VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Bilbao: VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0.

LUNA, D. (2013) ; CAJAZEIRA, P. E. S. L. . A construção da imagem pública na campanha eleitoral à prefeitura de Fortaleza: uma análise discursiva dos debates em tv e nas redes sociais. In: Luciana Panke; Emerson Cervi. (Org.). Eleições nas capitais brasileiras em 2012: um estudo sobre oHGPE em disputas municipais. Ied.Curitiba: Universidade Federal do Paraná, v. 1, p. 89-99.

LUNA, D. (2012) ; FEITOSA, D. B. . Criação e importância do portal web para o curso de Jornalismo da UFC campus Cariri. In: IV Encontro Universitário da UFC no Cariri, 2012, Juazeiro do Norte. CRIAÇÃO E IMPORTÂNCIA DO PORTAL WEB PARA O CURSO DE JORNALISMO DA UFC CAMPUS CARIRI.

LUNA, D. (2011) Interatividade, afetividade e redes sociais na produção de notícias em portais na web. Rastros (Joinville), v. 14, p. 129-144.

