

JORNALISMO NA ERA DE NOVOS ECOSISTEMAS TECNOLÓGICOS NO GRUPO GLOBO

HALINE MAIA*

Resumo: *Por meio deste projeto, investiga-se como a tecnologia proporciona o surgimento de um novo ecossistema midiático para o jornalismo, assim como permite apropriações em que a própria produção de conteúdo é influenciada derradeiramente pela nova era da inteligência artificial. Para esta validação, será analisada a presença dos elementos paradoxais da tecnologia no jornalismo do Grupo Globo e seu grupo de investigação. Diante disso, observa-se estes cenários de forma participativa, juntamente com a análise de casos. Ao realizar uma pesquisa referencial e analítica da comunicação nesta era digital e do extrativismo de dados, pretende-se dirimir lacunas e distanciamentos para o atual cenário do jornalismo, em que a utilização da tecnologia é observada com olhares dicotômicos de otimismo e descrença.*

Palavras-chave: *Tecnologia; Jornalismo; Inteligência artificial.*

Abstract: *This research investigates how technology provides the emergence of a new media ecosystem for journalism, as well as allows appropriations in which the very production of content is influenced ultimately by the new era of artificial intelligence. For this validation, the presence of the paradoxical elements of technology in the journalism of the Globo Group and its research group will be analysed. Given this, these scenarios are observed in a participatory manner, along with case analysis. Conducting referential and analytical research of communication in this digital age and data extractivism is intended to settle gaps and distances for the current scenario of journalism, in which the use of technology is observed with dichotomous looks of optimism and disbelief.*

Keywords: *Technology; Journalism; Artificial intelligence.*

INTRODUÇÃO

Por meio desta pesquisa, investiga-se como a tecnologia proporciona o surgimento de um novo ecossistema midiático para o jornalismo, assim como permite apropriações em que a própria produção de conteúdo é influenciada derradeiramente pela nova era da inteligência artificial. Para esta validação, será analisada a presença dos elementos paradoxais da tecnologia no jornalismo do Grupo Globo. Diante disso, observa-se estes cenários de forma participativa, juntamente com a análise de casos. As potencialidades de alcance do jornalismo por meio da tecnologia são fundamentais para o estudo em questão, pois as informações ganham novo alcance e capilaridade com estas utilizações. O fascínio na sua utilização está na possibilidade de transmissão dinâmica, ubiquidade técnica e diferenciais criativos proporcionados pela infinidade de dados que as atividades esportivas permitem.

* INESC-TEC, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, FCT (2021.05707.BD). Email: up202003661@edu.fe.up.pt. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0464-8616>.

A peculiaridade técnica que possibilita ao público encontrar informações de sua preferência ganha também uma nova dinâmica para o recebimento de atualizações. Para a metodologia estas implicações são detalhadas de forma a colocar a visão ampla de observação dos fenômenos tecnológicos no Grupo Globo, o maior expoente comunicacional no Brasil, para em seguida estudar de forma mais aprofundada alguns casos selecionados dentro destes cenários. Para a observação ampla da Globo descreveremos como se organiza o grupo de inovação responsável pela criação de novas tecnologias também no jornalismo. Este estudo busca justamente encontrar pontos de ligação e dificuldades para estes elos. Barreiras que iniciam pela própria divisão dicotômica de como a própria matemática é tradicionalmente ensinada nas escolas: um sistema fechado, por meio de regras rígidas; enquanto a comunicação é ensinada como um sistema aberto, com experimentações criativas.

1. A NOVA ECOLOGIA DOS MEIOS

A inovação tecnológica sempre esteve a serviço de mudanças derradeiras na forma de se efetuar a comunicação humana. Da transição dos manuscritos para a cultura dos impressos feitos com a ajuda dos tipos móveis de Gutenberg, as inovações sempre trouxeram um misto de poder e amedrontamento. Seja nos medos de que o impresso perderia seu encanto para a força do rádio ao abalo do rádio pela força televisiva, o paradigma do jornalismo sempre esteve na berlinda com a tecnologia como fator para sua promulgação.

As últimas alterações causadas pela *internet* e investidas de inteligência tecnológica, entretanto, trouxeram um impacto ainda mais marcante no jornalismo recente, com redes sociais inclusive colocando em xeque algumas iniciativas de jornal impresso, revisão ontológica que apenas se amedrontava em outros períodos da história. Uma nova ecologia dos meios começa a se consolidar em todas as etapas do jornalismo como atividade comunicativa, desde a produção de conteúdo, passando pela distribuição e finalizando com o consumo.

A tecnologia influencia ainda na unidade básica estrutural da comunicação, antes transmitida por átomos via materiais impressos, mas que agora passa a ser construída em *bits* (Negroponte 2001). A digitalização passa a ser fundamental na compreensão de dados e na correção de erros. Isso permite economia ao áudio e ao vídeo, por exemplo, dentro de suas vertentes digitais, em parte por conta das limitações dos meios em que antes eram armazenados.

O ecossistema dos meios, construído em *bits* gravados em 1 ou 0, possibilita uma forma nova de compreender funções nativas da própria expressão do saber. Os paradoxos da tecnologia subordinam o mundo da vida à interatividade, emancipando a informação e descentralizando-a. A procura por respostas, então, em uma incessante rede de conexões causadas pelas infinitas possibilidades da *internet* coloca cada cidadão no papel da conectividade, e os direciona para novas perguntas (Darley 2000).

A vida digital avalia novos modelos econômicos, tipos de produtores e principalmente uma indústria caseira de produção de conteúdo. Uma estruturação que coloca os indivíduos muito mais presos às perguntas do que às respostas, menos à verdade absoluta do que à dúvida. Ou ainda mais propensos a navegar com um movimento fluido entre um meio e outro, dizendo a mesma coisa de formas diferentes, referenciando um ao outro de formas diferentes e com sentidos distintos (Negroponte 2001).

Os códigos binários que ditam os caminhos da troca de informações trazem um certo relativismo dos conteúdos no que tange aos processos de racionalização, nisso amparados no pluralismo dos pontos de vista. Uma reflexão que pode ser avaliada filosoficamente diante do conceito da razão comunicativa elaborada por Habermas (2016, p. 328): «Racionalidade no sentido de uma tecnologia ligada a ações que se tornam reprodutíveis por meios de instruções metódicas e com isso assumem um caráter regular ou planejado, conforme o caso». Como um atributo de sentido racional atribuído à tecnologia e sua forma de conduzir a comunicação.

2. A PRESENÇA TELEVISIVA NA NOVA ONDA TECNOLÓGICA

Um dos assuntos recorrentes, diante das evoluções tecnológicas, é a substituição da supremacia de meios tradicionais pelos emergentes oligopólios digitais e quanto a isso a televisão configura-se como um dos projetados ao ostracismo. Muito se deve, justamente, pelo seu poder massificador de ideias ser sempre questionado e amplamente atacado por críticos. Efetivamente, a tevê seria um grande mal a ser atacado e suprimido pelas novas liberdades democráticas da interatividade digital.

Quanto a esse prognóstico, cabem algumas reflexões já descritas e detalhadas anteriormente por McLuhan, como a adaptabilidade das características dos meios. Para ele, cada novo meio não apaga a importância do anterior, antes acrescenta características próprias, para as quais a sociedade se readapta (McLuhan 1964). Para ele, inclusive, a televisão teria uma relevância insuperável por promover uma intensidade visual ligada a outros sentidos como nenhuma outra mídia (McLuhan e Norden 2015). E ainda por centrar-se nas audiências, com isso a representar uma interatividade fria, pautada nos interesses ditados pelos telespectadores.

Ao entender que estamos a falar de um ecossistema mediático televisivo, percebe-se novas regras de convergência, conectividade e multiplataforma aplicadas ao seu conteúdo. No contexto da reportagem telejornalística, quanto à modificação da noticiabilidade e seleção de pautas. Mas ainda de forma impressionante quanto à evolução do telespectador e a sua conexão por conteúdo televisivo por meio das telas digitais. Cada vez mais os telespectadores escolhem as telas mais apropriadas ao momento para assistir conteúdo desenvolvidos para tevê tradicional e demais vídeos. Longe de matar a televisão, a *internet* agora é parte do ecossistema de tevê e vídeo — em sua disputa para lançar serviços sob demanda e promover interatividade com conteúdo tradicional.

3. A NEBULOSIDADE DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DIGITAIS

Conquanto estejamos a mostrar pontos da *internet* e tecnologia como símbolo de democracia, não podemos negligenciar que elas estejam ligadas aos novos grandes oligopólios: Google, Apple, Facebook, Amazon. Nesse sentido, o oligopólio do suporte tecnológico é o novo poder que controla a dispersão do conteúdo. Ainda que não seja um oligopólio das mensagens, porque o conteúdo é coproduzido pelos usuários, serve para controlar a informação a partir dos filtros dos algoritmos e do domínio tecnológico.

Diante dessa visão, autores críticos das mediações em rede como Umberto Eco voltam a ganhar significado, pois os controles continuam presentes dentro das vertentes do que é investido em publicidade *on-line*, da audiência na *internet* e da inteligência artificial. Na teoria de Eco, os *mass media* são percebidos por dois conceitos antagônicos: apocalípticos x integrados. De um lado, nos apocalípticos, os que viam a cultura de massa como uma referência de decadência e anticultura; mas pelo lado dos integrados os que veem o fenômeno como a ascensão de todos os estratos sociais com a liberdade de expressarem-se. Conflitos entre pessimistas e otimistas. O apocalíptico fazia com que seu público se considerasse acima da média intelectualmente. Era super-homem, segundo Eco, porque estava acima do restante dos *mass media*. O integrado, contudo, convidava o leitor à passividade ao aceitar o consumo acríptico dos produtos da cultura de massa.

A grande diferença em relação a outras revoluções tecnológicas do passado é que, na atual, os dados são a informação moldada pelo novo meio que é o computador. Como coloca Castells, «são tecnologias para agir sobre informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia» (Castells 1999, p. 78). Na comparação ao analisado por Eco, era necessário entender o funcionamento da cultura e da tecnologia, assim como conhecer o contexto sobre o qual se trabalha. Significava reconhecer que a produção de conteúdo é controlada por interesses econômicos.

A própria inteligência artificial está inserida em um paradigma que busca com todos os esforços reduzir em algoritmos que possam ser gerenciados por poucas pessoas. Uma capacidade que está sim ligada também por interesses de lucratividade, como condenariam os apocalípticos de outrem. Não obstante, a infinidade de dados presente no universo virtual é limitante ao alcance individual e somente quando o algoritmo se torna intermediário é que acontece o poder dessa filtragem, por esse motivo a revolução tecnológica seria uma bandeira dos tradicionais integrados de Eco.

E isso acontece em um círculo infinito com a retroalimentação de dados, pois a aprendizagem de máquina automatiza a própria descoberta e as hipóteses testadas por cientistas. Mas como barrar isso, quando não adianta ter a infinidade de dados se não tivermos como transformar isso tudo em conhecimento? Enfim, o pensamento dualista tem dificuldade de operar com categorias que considerem as diferentes visões como faces do mesmo processo. Somente aceitando-as como complementares é possível traçar um caminho para a melhor operação (Castells 1999).

4. ESTUDO DE CASO: APLICAÇÃO DA TECNOLOGIA NO JORNALISMO DA GLOBO

Para entender estes desafios, nossa pesquisa discute aplicações práticas específicas e o desmembramento do trabalho empírico, por meio de uma análise qualitativa dos fenômenos e a atribuição de seus significados. Aqui são detalhados os métodos tecnológicos, saídas de produção de conteúdo jornalístico, etapas de inquérito, validação da metodologia escolhida e sua contextualização com as referências teóricas problematizadas na primeira parte da dissertação. Como o intuito desta etapa é analisar o problema de interação entre tecnologia e jornalismo, a perspectiva adotada será focar e esmiuçar os entrelaces que se agravam dentro de uma empresa de comunicação específica.

A instituição escolhida foi o Grupo Globo, anteriormente conhecido como Organizações Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e América Latina, que cria, produz e distribui conteúdo. O grupo é composto pela Rede Globo — líder em tevê aberta no Brasil, Globo.com, Editora Globo, Globosat, G1.com, Som Livre, Editora Globo, Sistema Globo de Rádio, Globo Filmes, além da Fundação Roberto Marinho. Em 2016, o Grupo Globo foi citado entre os maiores proprietários de mídia do mundo, de acordo com o ranking produzido pela consultoria Zenith Optimedia. Desde 2012, a Rede Globo é considerada a maior do Brasil e segunda maior emissora de televisão do mundo.

A Rede Globo de televisão tem sua programação distribuída em quase todo o território brasileiro, por meio de 5 emissoras próprias e 119 filiais, além de contar com distribuição em mais de 100 países. A ascensão da tecnologia no jornalismo tem sido caracterizada pela constante influência de estruturas engajadas ao meio esportivo no Grupo Globo. Como exemplos, temos referências a serem analisadas nos meios de comunicação digital, rádios, televisão etc. Nessa perspectiva, a mídia televisiva desperta grande audiência do público, especialmente quanto ao diferencial que a tecnologia pode oferecer na interpelação de imagem e som.

4.1. Metodologia Participativa

Como direcionamento dos passos a serem adotados, a observação utiliza primeiramente a escolha do local, seguida de uma autorização interna, orientação sobre os locais de observação, obtenção dos dados e análise finalística (Sousa 2005). A escolha dos locais a serem analisados ocorreu justamente pela relevância das estratégias de tecnologia aplicadas ao jornalismo esportivo no Grupo. A obtenção pela autorização veio sem dificuldades, mediante conversas com as coordenações das áreas envolvidas e uma subsequente constante abordagem sobre as rotinas de produção e desenvolvimento de determinados conteúdos.

As informações para a análise foram coletadas por registros textuais e demais fichamentos obtidos em conversas pessoais, por telefone e software que permite comunicação

pela *internet* (Skype). Na observação, fica possível também perceber o manuseio de recursos e a facilidade das trocas entre todos os profissionais para com os demais das equipes. Ainda assim, o tocante do relacionamento pode permitir a proximidade que gera abertura para a percepção sobre preceitos de ordem prática e ética da própria relação do jornalista com a tecnologia e vice-versa. Os dados da pesquisa de observação foram coletados individualmente, relacionados e esmiuçados de forma comparativa. A observação participante aconteceu entre os dias 12 de maio e 26 de junho de 2019 com os profissionais da Rede Globo, localizada no Rio de Janeiro, totalizando 15 dias.

5. TECNOLOGIA E A REPORTAGEM ESPORTIVA NA REDE GLOBO DE TELEVISÃO

A atuação da Globo como produtora de conteúdo esportivo é bem conhecida, mas o que poucos sabem é que, para poder apresentar esta capilaridade, é também uma empresa de tecnologia, com milhares de engenheiros e técnicos em seu quadro de funcionários. Hoje, graças aos recursos digitais da computação gráfica e da inteligência artificial, houve uma inovação no trabalho de criadores e produtores de conteúdo. Alguns casos dessa atuação serão escrutinados nesta sequência, com fundamentação em pesquisa exploratória e descritiva, por meio de estudos de casos, entrevistas, questionários e principalmente a observação sistemática, que são características destas abordagens (Gil 1991).

A Globo possui uma equipe de Pesquisa & Desenvolvimento, responsável pela implementação de diversas aplicações de tecnologia e inteligência artificial. O grupo, estabelecido no Rio de Janeiro, possuía no período de pesquisa, no ano de 2019, o organograma de 1 gerente, 2 supervisores e uma equipe de 22 pessoas distribuídas entre 14 desenvolvedores, 2 *designers*, 3 analistas e 2 estagiários. Profissionais que trabalham no desenvolvimento de tecnologias próprias, na incorporação de APIs e com a colaboração de desenvolvedores externos de Universidades, além de demais parcerias e contribuições. O domínio e o controle sobre o futuro digital da Rede Globo, um veículo com essência no meio *off-line*, despertam-nos para saber antecipadamente como as tecnologias conduzirão as mudanças e criarão oportunidades em cada uma de suas unidades centrais nos próximos anos.

Para estas inovações, um comitê foi formado em 2018 com ajuda da empresa de consultoria Accenture, e reuniu competências nas áreas de Mídia & Entretenimento, Estratégia, Laboratórios de Tecnologia, Arquitetura Tecnológica Avançada e práticas da *Accenture Research*. Tecnologias que são colocadas no radar e testadas em sua aceitação pelo público, além de considerar sobre aplicações que vão desde *Machine Learning*, até TVs de 8k, a *internet* das coisas e nanotecnologia. Com isso, algumas tendências que já são amparadas por algumas incorporações na produção de conteúdo de jornalismo esportivo, tais como interatividade, realidade aumentada e a automação da produção de conteúdo.

5.1. Inteligência Artificial na produção do Grupo

Diante de tantas aplicações desenvolvidas, cabe um destaque às utilizações de inteligência artificial e especialmente sobre suas apropriações dentro da rotina de produção de conteúdo. Em um caso dramaturgico, a minissérie *Cidade Proibida*, exibida em 2017, fez uso de inteligência artificial ao explorar as redes neurais artificiais e aprendizagem profunda. Aqui a equipe de Pesquisa & Desenvolvimento da Globo utilizou-se da coloração para aprimoramento de imagens (Fig. 1). Para conseguir esse objetivo, o algoritmo é treinado com milhões de imagens e depois as entrega para a inteligência artificial retorná-la colorizada, de forma quase imediata. O maior benefício é a possibilidade de colorizar imagens em qualquer etapa da produção, verificar se o resultado atende à ideia do produto e, caso contrário, testar outras imagens, até conseguir um resultado que satisfaça à direção de fotografia.



Fig. 1. Coloração de imagem original em preto e branco do bairro de Botafogo, no Rio de Janeiro, feita com aprendizagem profunda para a série *Cidade Proibida*

Fonte: Arquivo da equipe de Pesquisa & Desenvolvimento da Globo

Outra contribuição interessante de inteligência artificial, feita como apoio ao conteúdo e sua identificação pelo público digitalmente, foi lançada em janeiro de 2019 com a aplicação de *Machine Learning* aos *Thumbnails*, que são as miniaturas referenciais dos programas nos canais de *web*. A funcionalidade, que se utiliza de PNL e Computer

Vision, aplicada inicialmente para a novela juvenil *Malhação*, faz uma sincronização da sinopse dos episódios com o *Closed Caption*, um sistema de transmissão de legenda oculta via sinal de televisão, para identificar as cenas mais relevantes do capítulo (Fig. 2). Em seguida, a inteligência artificial analisa cada cena para selecionar opções de *Thumbnail* de forma inteligente, seguindo premissas editoriais.

Além da substituição da miniatura antiga, gerada de forma aleatória e muitas das vezes sem contexto, a aplicação permite que imagens alternativas incorporem automaticamente o registro do conteúdo, o que faz com que o editor ganhe agilidade no processo de finalização da publicação do trabalho.

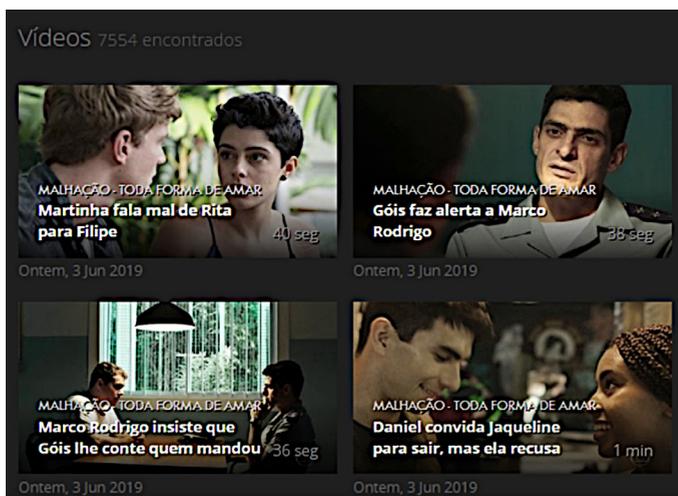


Fig. 2. *Thumbnails* que elencam imagens apropriadas da novela *Malhação* às legendas, com utilização de inteligência artificial
Fonte: Globoplay

CONCLUSÃO

A realização desta pesquisa fornece uma visão ampla sobre a influência da tecnologia na produção de jornalismo, enquanto permite a compreensão sobre o desenvolvimento de um grupo de pesquisa específico. Quando a dialética das ciências exatas e humanas acontece por meio de sonhos utópicos, que estão por trás da concepção da *internet* democratizante, as atuações práticas abordadas são capazes de demonstrar os problemas enfrentados para que tais objetivos sejam de fato alcançados. Por meio deste jogo de opostos, percebido por meio das análises de casos, é possível concluir caminhos possíveis de alinhamento para as iniciativas de tecnologia e de inteligência artificial ainda emergentes no Grupo Globo.

Cabe para este caminho tecnológico um espaço de validação do trabalho jornalístico e seu valor como guardião de noticiabilidade, com as infinitas combinações e probabilidades estatísticas que um sistema com inteligência artificial aplicada pode imprimir na prática. Ainda que seja fundamental perceber os investimentos em inovação tecnológica

no jornalismo sob uma perspectiva crítica, é também inegável que as novas tecnologias, quando bem aplicadas, trazem gráficos interessantes e *insights* únicos para a composição de uma reportagem esportiva rica. Ou, em última instância, como percebemos, libera os profissionais de tarefas exaustivas, como concatenar dados sobre golos, faltas e deslizes de arbitragem. Cabe valorizar a iniciativa do Grupo Globo pelo fato de haver instituído uma equipe destinada especialmente à pesquisa e com viés de experimentação.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel, 1999. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- DARLEY, Andrew, 2000. *Visual Digital Culture*. Nova Iorque: Routledge.
- GIL, Antonio Carlos, 1991. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- HABERMAS, Jürgen, 2016. *Teoria do agir comunicativo*. São Paulo: Martins Fontes.
- MCLUHAN, Marshall, 1964. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix.
- MCLUHAN, Marshall, e Eric NORDEN, 2015. La entrevista de Playboy: Marshall McLuhan. Em: Carlos A. SCOLARI, ed. *Ecología de medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, pp. 45-96.
- NEGROPONTE, Nicholas, 2001. *A Vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SOUSA, Jorge Pedro, 2005. *Elementos de jornalismo impresso*. Porto: Letras Contemporâneas.

