

Estratégias possíveis para o jornalismo digital a partir do *The Trust Project*

Fabia Cristiane Ioscote¹ e Keyse Caldeira de Aquino Macedo²

Resumo

Este artigo analisa de que forma os oito indicadores do *The Trust Project* contemplam as descrições do fazer jornalístico para que o leitor possa segui-los como guia para atestar a veracidade das notícias. O foco de análise é o documento “8 Indicadores de Confiança”, criado a partir de pesquisas com o público para definir/sugerir práticas no processo jornalístico que sejam incorporadas aos sites de notícias. Os procedimentos metodológicos de abordagem qualitativa consistem na revisão bibliográfica, análise documental e técnica de análise de conteúdo. O referencial teórico pretende ampliar o debate sobre o quanto iniciativas como *The Trust Project* podem representar um primeiro passo na recuperação da confiança em instituições jornalísticas, identificar lacunas e ainda sugerir possíveis ações complementares. Como as estratégias do projeto focam na transparência dos processos jornalísticos, vislumbramos a possibilidade de adoção de tecnologias emergentes, como Inteligência Artificial, e de interatividade com a audiência. Sugerimos ao *The Trust Project* um novo indicador - Indicador 9 - Ferramentas no sentido de esclarecer o uso de técnicas, *softwares* ou IA na construção da notícia - e a ampliação na divulgação de informações dos indicadores 2, 4 e 5.

Palavras-chave

Transparência; Processos editoriais; Audiência; 8 Indicadores de Confiança; Inteligência Artificial.

¹ Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Jornalista pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Bolsista Capes. E-mail: jornalistafabiaooscote@gmail.com.

² Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Jornalista pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Bolsista Capes. E-mail: keysecaldeira@gmail.com.

Possible strategies for digital journalism based on The Trust Project

Fabia Cristiane Ioscote¹ and Keyse Caldeira de Aquino Macedo²

Abstract

This article analyzes how the eight indicators of The Trust Project contemplate the descriptions of journalistic work so that the reader can follow them as a guide to certify to the veracity of the news. The focus of analysis is the document “8 Trust Indicators”, created from surveys with the public to define/suggest practices in the journalistic process that should be incorporated into news sites. The methodological procedures of a qualitative approach consist of literature review, document analysis and content analysis technique. The theory intends to expand the debate on how much initiatives such as The Trust Project could represent a first step in the recovery of trust in journalistic institutions, identify gaps and even suggest possible complementary actions. As the project's strategies focus on the transparency of journalistic processes, we notice the possibility of adopting emerging technologies and interactivity with the audience. We suggest to The Trust Project a new indicator - Indicator 9 - Tools in order to clarify the use of technique, software or AI in the construction of the news - and the expansion of the circulation of the information from indicators 2, 4 and 5.

Keywords

Transparency; Editorial processes; Audience; 8 Indicators of Trust; Artificial Intelligence.

¹ Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Jornalista pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Bolsista Capes. E-mail: jornalistafabaioscote@gmail.com.

² Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Jornalista pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Bolsista Capes. E-mail: keysecaldeira@gmail.com.

Introdução

A confiança nas instituições jornalísticas e nas notícias têm sido tema de estudo entre pesquisadores que articulam diferentes pontos de vista sobre a questão. Strömbäck *et al.* (2020) investigam, entre outros panoramas, em que medida a confiança nas notícias de instituições jornalísticas contribui para o uso da mídia tradicional - *mass media* - e a mídia não convencional. Autores como Toff *et al.* (2020, p. 5) (grifo nosso) argumentam que a confiança não deve ser compreendida como abstrata, “[...] mas [como] parte dos fundamentos sociais do jornalismo como profissão, das notícias como instituição e da mídia como negócio” (tradução nossa) [1].

Recentemente, o *Reuters Institute* apresentou em seu relatório anual, *Digital News Report 2021* (NEWMAN *et al.*, 2021), que a confiança nas notícias cresceu 6% com a pandemia da Covid-19; e que 44% dizem confiar na maioria das notícias na maior parte do tempo. Outro ponto relevante é que a maioria dos entrevistados, 74%, prefere notícias que contenham diversos pontos de vista e que permitam o leitor a decidir por si mesmo o que pensar. O relatório também aponta o aumento da preocupação global com informação falsa e enganosa, índice de 82% no Brasil. Por outro lado, os dados obtidos pelo Latinobarômetro revelam que 44% dos entrevistados brasileiros confiam nas instituições midiáticas em 2018, indo a 39% no ano de 2020 (CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO, 2018; 2020).

Tendo em vista a complexidade do ambiente informacional na cibercultura (LEMOS, 2009; KALOGEROPOULOS *et al.*, 2019), algumas discussões acadêmicas focam nas expectativas da audiência (MASIP *et al.*, 2015; MASIP, 2016; MACEDO, 2020), enquanto outras buscam soluções em pesquisa aplicada a fim de tornar o processo de produção jornalística mais transparente e garantir uma qualidade editorial (DIAKOPOULOS, 2019; MARCONI, 2020; TRIELLI; DIAKOPOULOS, 2020). Essas soluções incluem a adoção de tecnologias emergentes como a Inteligência Artificial (IA).

Acerca da confiança, a jornalista norte-americana Sally Lehrman, que também é docente de Ciência e Justiça na Universidade da Califórnia, em Santa Cruz, questionava-se por qual motivo a tecnologia não poderia apoiar a confiabilidade e integridade das notícias ao invés de derrubá-las. Em 2018, a jornalista fundou o *The Trust Project* – projeto que se propôs a fornecer ferramentas para aferir maior transparência quanto às decisões de processos editoriais a partir de “8 Indicadores de Confiança” (THE TRUST PROJECT, 2018).

Diante deste breve cenário, construímos a seguinte questão: de que forma os oito indicadores do *The Trust Project* contemplam as descrições do fazer jornalístico para que o leitor possa segui-los como guia para atestar a veracidade das notícias?

Este artigo analisa as estratégias descritas no projeto e, a partir do referencial teórico, busca ampliar o debate sobre como tais iniciativas podem representar um

primeiro passo na recuperação da confiança dos processos editoriais em instituições jornalísticas. Pretende, ainda, apontar possíveis lacunas e sugerir possíveis ações complementares. Por meio da revisão bibliográfica e em abordagem qualitativa, os “8 Indicadores de Confiança” passam pela análise documental com a técnica de Análise de Conteúdo (AC), de Bardin (2016). Ademais, este trabalho se justifica pela discussão acerca da crise de confiança enfrentada pelas instituições jornalísticas diante do ambiente informacional contemporâneo. Salientamos que a confiança no processo editorial é intrínseca à atividade jornalística.

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento desta pesquisa contemplam a revisão bibliográfica, a análise documental e inspiração na técnica de Análise de Conteúdo (AC) de Bardin (2016) para uma abordagem categórica das mensagens contidas nos documentos no site *The Trust Project*. Trata-se de um trabalho de natureza qualitativa, no qual a análise documental é depreendida enquanto método (MOREIRA, 2005). Enquanto aspectos conceituais, para alguns autores existem diferenças substanciais entre a análise documental e a de conteúdo. Para Bardin (2016), a análise documental trata-se de uma representação condensada das informações enquanto a análise de conteúdo se direciona aos aspectos da mensagem, ou seja, aos indicadores que permitem inferir sobre a realidade contida nos documentos.

Neste artigo, após a etapa de revisão bibliográfica, o documento disponibilizado no site *The Trust Project*, “8 Indicadores de Confiança”, passou pela análise documental sendo examinado com inspiração na técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016). Nesse sentido, o objetivo foi decifrar o conteúdo exposto no documento a partir da categorização das características emergentes após leitura flutuante e, posteriormente, confirmação na análise dos oito indicadores do projeto e inferência no resultado. Foram observadas duas categorias emergentes no documento. A primeira relacionada às questões “institucionais” e, a segunda, vinculada às “práticas jornalísticas e editoriais” aplicadas à rotina da redação.

Confiança e a complexidade do ambiente informacional

Recentemente, Toff *et al.* (2020) realizaram um estudo intitulado *Trust in News Project* que aborda a confiança, as tendências e de que maneira as instituições jornalísticas tratam da questão tendo em conta o ambiente digital. O trabalho, que inclui uma revisão de literatura com cerca de 200 publicações e entrevistas com 82 jornalistas de diferentes localidades, indica que muitos dos entrevistados compartilham da ideia de que a confiança tem a ver com integridade, profissionalismo e com motivações dos que trabalham com notícias. Contudo, o estudo aponta que, para

os entrevistados, a confiança pode depender do quão bem a reportagem corresponde a noção de realidade do mundo (TOFF *et al.*, 2020).

Pela perspectiva do público, pesquisas como as realizadas pelo Latinobarômetro revelam queda nos índices de confiança em relação à imprensa, no Brasil, de 44% e 39% nos anos de 2018 e 2020, respectivamente (CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO, 2018; 2020). Neste âmbito, é possível que a confiança assuma diferentes perspectivas a depender do lado em que se investiga a questão. Um dos jornalistas entrevistados pelo *Trust in News Project* afirmou que confiar ou não está atrelado ao fato. “Quando eles gostam do fato [ser noticiado], eles gostam de nós; quando eles não gostam do fato, eles não gostam de nós” (TOFF *et al.*, 2020, p. 8) (tradução nossa) [2]. Com base neste cenário, de acordo com os autores, medir e mudar a confiança se trata de um fenômeno particularmente desafiador.

Nesta relação de confiança, cabe salientar o jornalismo e a sua perspectiva social enquanto uma instituição pertencente à estrutura. Dessa forma, sob a ótica weberiana, conceitos sobre instituições, função e estrutura auxiliam na compreensão da realidade social (FONSECA; SEIBT, 2015). Para Fonseca e Seibt (2015), em meio à estrutura social, o jornalismo pode ser visto a partir de uma ação social que tem como finalidade a utilidade pública no qual as notícias são selecionadas de acordo com a relevância e o interesse público. Isso garante a autolegitimação do jornalismo perante o coletivo “como uma instituição nas democracias e, também, como uma profissão – uma vez que divulga e põe em circulação informações e ideias consideradas importantes e necessárias para que o leitor-cidadão tome decisões de forma esclarecida” (FONSECA; SEIBT, 2015, p. 643). Neste ponto, destaca-se também o papel de mediador do jornalismo e do jornalista (GUERRA, 2008). Esse fato torna o jornalismo importante para o leitor, uma vez que este não consegue acompanhar tudo o que ocorre no mundo, nem mesmo aferir a veracidade dos conteúdos. Cabe a audiência confiar nas notícias e no jornalismo.

Entre alguns pontos que poderiam explicar a desconfiança nas instituições jornalísticas e nas notícias estão as implicações relacionadas ao ambiente digital vistas em Lemos (2009), depreendidas como reconfiguração infocomunicacional, e, em Saad (2021), como desordens informativas. Em especial, as desordens informativas que despontam em um ambiente de crises sistêmicas trazem desafios ao ofício jornalístico. Conforme Saad (2021, p. 65) [...] “há que se considerar os impactos que ocorrem no trabalho de comunicadores e jornalistas especialmente, atuando numa arena de embate entre a credibilidade midiática e a desinformação”.

Ainda no que se refere ao ambiente digital, autores como Kalogeropoulos *et al.* (2019) inclinam um olhar ao consumo de notícias que ocorrem em diferentes vias em um modo complexo de distribuição que está atrelado à confiança. Como exemplo, podemos pensar nos dispositivos móveis e o uso de aplicativos mensageiros como o WhatsApp e Telegram, em que o consumo de notícias e a confiança possuem um

entrelace significativo. Por outro lado, “o uso de mídia social para notícias como a principal fonte de notícias está relacionado a níveis mais baixos de confiança nas notícias” (KALOGEROPOULOS *et al.*, 2019, p. 3683) (tradução nossa) [3].

Na esfera da confiança, o ambiente digital também vem sendo estudado pela perspectiva interativa, na qual o público pode participar por meio de comentários. Nesse sentido, a compreensão da importância das audiências ativas e a adoção de estratégias, como por exemplo, a abertura de comentários nas notícias (MASIP *et al.*, 2015; MASIP, 2016; MACEDO, 2020), também podem contribuir para a manutenção ou recuperação da confiança no processo jornalístico e nas notícias.

Para Masip *et al.* (2015), a participação via espaço de comentários e outras formas de interatividade na mídia on-line foram incorporadas como parte da estratégia de negócio/alcance. Desta forma, apontam os autores, a partir dos mecanismos de participação e de moderação, propiciou-se uma tomada de decisão mais consciente por parte do usuário, que passou a associar os objetivos à personalidade de cada meio. Os autores sustentam que a participação abre caminhos para o fortalecimento dos laços de confiança mútua e ajuda a promover o senso de comunidade, os quais estimulariam a lealdade da audiência ativa a um projeto jornalístico.

Estratégias para a confiabilidade: o uso intensivo da computação

Em um nível em que o uso da computação por meio da Inteligência Artificial está presente de maneira mais intensiva nas rotinas jornalísticas, Marconi (2020) considera a possibilidade do uso de algoritmos editoriais. Para o autor, as novas organizações, incluindo *start-ups*, e jornalistas estão expandindo suas habilidades diante de um ecossistema que remodela negócios, trabalha com um grande volume de dados e ainda carece de assegurar sua audiência. “Agora é tempo das redações tirarem proveito da tecnologia como a IA que pode ajudar na diversificação dos formatos de conteúdo, criar fluxos de trabalhos eficientes e distribuir notícias em diferentes plataformas” (MARCONI, 2020, p. 336) (tradução nossa) [4]. Mais especificamente, o uso da IA nas redações ou nas rotinas de produção das notícias pode auxiliar na precisão de coleta de dados, na velocidade com que os dados são coletados, apurados e divulgados, e ainda na personalização do conteúdo a ser entregue para a audiência. A IA permite “[...] que os criadores de conteúdo produzam automaticamente texto ou vídeo a partir de dados, encontrem *insights* ocultos em documentos e otimizem a distribuição de conteúdo entre plataformas” (MARCONI, 2020, p. 247) (tradução nossa) [5]. Outro ponto sinalizado por Marconi (2020) é que a IA também permite aos jornalistas testar se o tema ou tópico pode ser interessante junto a audiência antes mesmo de iniciar a produção de uma notícia. Isso pode ser feito, por exemplo, a partir do uso da IA para análise quantitativa e qualitativa de comentários em uma seção sobre o assunto.

Com o avanço da automação e de *softwares* que auxiliam em diferentes etapas

do trabalho na redação, Trielli e Diakopoulos (2020) propõem uma estrutura que garantiria aos jornalistas expertise na acurácia e eficiência dos algoritmos utilizados dentro da redação. “Nossa contribuição é uma estrutura que leva em consideração cada elemento do algoritmo e que estabelece uma abordagem sistemática que os jornalistas podem adotar ao criticar um sistema algorítmico” (TRIELLI; DIAKOPOULOS, 2020, p. 1) (tradução nossa) [6]. Isto se torna vantajoso no sentido de tornar o jornalista capaz de criticar entradas e saídas de dados, os cálculos que são utilizados em algoritmos fazendo com que todo o processo de produção passe por uma espécie de revisão crítica antes de a notícia ser publicada. Dessa forma, para os autores, um atributo intrínseco ao jornalismo, como a transparência no processo editorial, poderia ser assegurado.

Portanto, no que se refere à estratégia de confiabilidade por meio do uso da inteligência artificial é possível elencar: 1) com informações mais precisas, as redações podem ganhar ou reforçar a confiança do público; 2) com maior velocidade nos processos, a redação pode aumentar sua credibilidade, levando-se em consideração que a rapidez na entrega das informações é fator importante nas práticas jornalísticas; 3) a personalização pode ajudar a criar uma conexão mais forte entre a redação e o público; 4) a transparência no processo de produção de notícias pode auxiliar no ganho ou reforço da confiança por parte do público.

The Trust Project, os “8 Indicadores de Confiança” e análises

The Trust Project, um consórcio internacional de organizações de notícias, foi fundado e é liderado pela premiada jornalista Sally Lehrman. Um dos objetivos do projeto foi estabelecer padrões de transparência para a imprensa, aliando o uso de plataformas de tecnologia para afirmar e ampliar o compromisso do jornalismo com a transparência, precisão, inclusão e justiça para que o público possa fazer escolhas mais claras sobre as notícias as quais consome (THE TRUST PROJECT, 2018). O grupo que desenvolveu o projeto considera que os “8 Indicadores de Confiança”, juntos e individualmente, são capazes de demonstrar quem e o que está por trás de uma notícia. Deste modo, o público poderia avaliar facilmente se as notícias são provenientes de uma fonte confiável ou não.

Nas informações sobre o projeto constam mais de 250 instituições jornalísticas parceiras nos seguintes países: Alemanha, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, Espanha, Estados Unidos, Grécia, (Hong Kong), Itália, Panamá, Peru e Reino Unido. Veículos como *El País*, *La Repubblica*, *BBC*, *The Economist* e *The Washington Post* fazem parte da iniciativa.

No Brasil, o Projeto Credibilidade se fundiu ao *The Trust Project* em maio de 2021 e, no momento (junho/2023), fazem parte onze parceiros: *A Gazeta*, *Amazônia Real*, *Folha de S.Paulo*, *GaúchaZH*, *Jornal do Commercio*, *Lupa*, *Mural*, *Nexo*, *OPovo*,

Poder360 e *Ponte*. Outros três estão em vias de implementação do projeto: *AzMina*, *Jota* e *Uol*. O projeto *Credibilidade* foi criado no Brasil em dezembro de 2016 e tem sido conduzido, desde então, pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista (Unesp). A Abraji é parceira institucional do projeto.

No site do projeto *Credibilidade* consta a explicação de que os “8 Indicadores de Confiança” do *The Trust Project* foram padronizados acerca de princípios éticos e de conduta que devem ser seguidos por organizações noticiosas. O documento, que descreveremos em seguida (Quadro 1), inclui protocolos de apuração e edição e o histórico profissional de jornalistas que estão por trás das notícias. Para a criação deste documento, lideranças de organizações noticiosas em vários países colaboraram na elaboração a partir de entrevistas feitas ao longo de dois anos com usuários nos Estados Unidos e na Europa.

Quadro 1 - “8 Indicadores de Confiança” [7].

Indicador	Descrição	Recomendações
1 - Boas práticas	“Quem financia a organização jornalística? Qual é sua missão? Quais critérios éticos e normas orientam a cobertura jornalística? O que ocorre se um jornalista tem alguma relação ou vínculo com a notícia a ser coberta?”	O intuito é demonstrar ao leitor se o jornalista ou a organização segue um conjunto de regras na produção de reportagens precisas. Deste modo, suas notícias serão mais confiáveis.
2 - Experiência e as especialidades do jornalista	“Quem é o autor desta reportagem? É possível encontrar informação relevante ou detalhes sobre o jornalista, suas áreas de especialização, credenciais e reportagens que já publicou anteriormente?”	O foco, basicamente, é citar quem é o jornalista que produziu a notícia; se ele tem boa reputação e se está reportando um tema que geralmente apura.
3 - Tipo de trabalho	“De que tipo de reportagem se trata? Há algum tipo de etiqueta (tarja) para diferenciar os artigos de opinião, análise ou conteúdos patrocinados dos artigos noticiosos?”	A preocupação é informar por quais motivos o artigo foi escrito para que o leitor saiba se há algum viés; tem uma opinião clara ou é imparcial?; é conteúdo patrocinado?; o propósito está claramente indicado?
4 - Referências	“Quem são as fontes?” e “em caso de reportagens investigativas ou de cobertura de maior profundidade, o leitor pode buscar as fontes originais que respaldam os fatos e afirmações presentes no artigo?”	O objetivo é que o leitor compreenda quando o jornalista mostra suas fontes, pode-se verificar se são confiáveis e precisas. Instiga-se também o questionamento se é possível encontrar outras fontes para respaldar o que foi apurado na reportagem.
5 - Métodos	“Por que se decidiu dar prioridade a este tema? Em caso de reportagens investigativas ou de cobertura de maior profundidade ou controversas, por que se decidiu tratar este tema? Como se deu o processo de cobertura?”	Recomenda-se contar qual foi o processo editorial para se chegar à reportagem para que o público compreenda como a notícia surgiu, revelando o quão importante, bem pesquisada e equilibrada é a história.
6 - Local	“Pode-se saber se a reportagem está baseada em fontes locais ou de conhecedores do local reportado? A reportagem foi apurada no local onde ocorreu, por alguém que tem profundo conhecimento da situação local ou da comunidade?”	O propósito é esclarecer o modo como as informações foram obtidas, indicando que a presença do jornalista no local da notícia representa reportagens mais precisas e bem apuradas.

7 - Vozes diversas	"Quais são os esforços e compromissos da redação para trazer perspectivas diversas? Faltam incluir certas vozes, grupos sociais ou culturais, ou perspectivas políticas?"	Dedicado a demonstrar os esforços da redação para que haja uma diversidade de perspectivas e pontos de vista na reportagem. Conclama-se para que os jornalistas se atentem a buscar as vozes menos ouvidas na sociedade.
8 - Comentários interativos	"O que o site de notícias faz para que o público ajude a determinar as prioridades da cobertura jornalística, em formular boas perguntas e poder encontrar as respostas, em responsabilizar as pessoas e instituições poderosas e para garantir a veracidade das reportagens? O leitor tem a possibilidade de postar comentários que podem provocar, modificar ou ampliar a cobertura jornalística?"	Busca-se o entendimento de que o convite ao público para feedback pode garantir que o trabalho do jornalista seja mais preciso e atualizado, além de expressar se o site de notícias estimula a participação e reconhece as contribuições do público.

Fonte: 8 Indicadores de Confiança do *The Trust Project* (2018).

Com base na descrição e recomendações dos “8 Indicadores de Confiança” apresentamos na seção a seguir as análises e a discussão.

Transparência nos processos jornalísticos e a interatividade com a audiência

A partir da análise do *corpus*, foi possível eleger duas categorias emergentes no documento. A primeira relacionada às questões “institucionais” – de adoção de critérios éticos e normas que orientam a cobertura jornalística. A segunda categoria (em maior número, 6 itens) está vinculada às “práticas jornalísticas e editoriais” aplicadas à rotina da redação. Em ambas permeiam o critério de transparência no intuito de que o leitor possa identificar o processo jornalístico das notícias, sua integridade e confiabilidade.

Nesse caso, classificamos na categoria “institucional” os itens 1 e 2 e, em “práticas jornalísticas e editoriais” os itens de 3 a 8. No caso do item 1, nomeado de “boas práticas”, identificamos questões pertinentes à instituição jornalística, como: Quem financia a organização jornalística? Qual é sua missão? Quais critérios éticos e normas orientam a cobertura jornalística?, assim como consideramos pertencer a essa categoria o perfil dos jornalistas contratados pelo veículo (item 2).

Os demais itens transitam entre a prática do exercício diário do jornalista (itens 4, 6 e 7) e questões editoriais (itens 3, 5 e 8) – que, neste caso, dependem de decisões tomadas por um grupo de editores ou chefes de redação.

De modo geral, consideramos que o documento “8 Indicadores de Confiança” descreve os elementos do processo de produção jornalística de forma bastante didática para que o público compreenda como ocorrem as etapas de construção de uma notícia/reportagem. O formato do documento, que sugere as perguntas que o leitor deve fazer e buscar no site jornalístico ao consumir uma notícia, além de tornar

mais transparente o processo editorial, pode contribuir para uma maior consciência do público quanto ao grau de qualidade da informação que está sendo apresentada.

Ao mesmo tempo, o documento recomenda maior reflexão às equipes de redação quanto às justificativas de escolha de determinada cobertura; qual repórter seria mais indicado para apurar determinados temas, conforme a sua experiência/especialidade; expor ao leitor de que forma a reportagem foi apurada, se o repórter foi ao local do fato ou não; citar claramente as fontes ouvidas e se há outras fontes que corroboram a informação apurada etc. Além da cobrança pela maior transparência, para se diferenciar claramente artigos de opinião, análise, reportagens e conteúdos patrocinados, também é importante sinalizar graficamente esses diferentes tipos de conteúdo ao leitor.

Outras questões pertinentes às boas práticas também devem estar em evidência para quem acessa o conteúdo jornalístico do site, principalmente sobre quem financia a organização jornalística e sua missão, incluindo os princípios éticos e as normas que regem a cobertura noticiosa. Esses itens são considerados cruciais pelo *The Trust Project* para que o leitor avalie a confiabilidade das notícias veiculadas. Quanto ao método, recomenda-se fortemente justificar a escolha pela cobertura de determinado tema para que o leitor possa compreender o processo de decisão editorial e a importância dada à produção de determinadas notícias.

A diversidade de vozes, conforme o Indicador 7, é um dos tópicos que carecem de discussões entre os jornalistas dentro das redações. Este é um trabalho que cada equipe de redação deve fazer para refletir sobre seus procedimentos internos na definição das fontes a serem ouvidas. O *The Trust Project* instiga: “quais são os esforços e compromissos da redação para trazer perspectivas diversas?”.

Esses elementos, destrinchados no documento “8 Indicadores de Confiança”, servem de guia para que o leitor se sinta mais capacitado a questionar o trabalho feito por jornalistas. Para que esse processo de diálogo entre redação e leitores flua, cabe ressaltar a recomendação primordial pela manutenção de espaços de comentários interativos. Não só para os leitores postarem suas opiniões, mas principalmente para apontar erros, fazer sugestões de temas ou fontes, questionar o posicionamento de reportagens publicadas etc. Nesse bojo, o *The Trust Project* destaca a importância de sites jornalísticos deixarem claro o quanto estimulam a participação e reconhecem as contribuições do público.

Diversos autores, como Domingo (2015) e Trygg (2012), têm se dedicado ao estudo dos espaços de comentários nas plataformas digitais de jornais impressos pelo viés de estratégia de fidelização de suas respectivas comunidades on-line de leitores. Em suas análises, a dissertação intitulada *As interações entre leitores na seção The long read do The Guardian: entre a política editorial de moderação e a participação das audiências ativas* (MACEDO, 2020) demonstrou o quanto é vital que as empresas jornalísticas valorizem e gerenciem a participação de suas comunidades on-line de

leitores, buscando ferramentas e estratégias que se moldem aos seus negócios.

Mesmo diante da rotina atribulada das redações, os jornalistas precisam se interar mais sobre o conteúdo das contribuições dos leitores, que podem revelar muito sobre seu próprio trabalho/feedback e como enxergam o veículo. Ao mesmo tempo, as empresas jornalísticas, a exemplo do The Guardian, deveriam investir mais em equipes dedicadas ao universo do leitor, seja em moderação, pesquisas de preferência etc. Nesse sentido, a formação de comunidades on-line de leitores está ancorada na perspectiva de compreensão e valorização do público-leitor, assim como no estímulo à fidelidade e lealdade ao projeto jornalístico por meio de estratégias de interação eficazes e amparadas em normas de uso para manutenção de um ambiente virtual de discussão saudável (MACEDO, 2020, p. 132).

Cabe destacar que a iniciativa *The Trust Project* encoraja e instrui os leitores a irem além. Ou seja, não somente participar enviando comentários, reclamações ou sugestões de pauta para as redações jornalísticas, mas também a questionar e pedir transparência em decisões do processo de produção editorial. Nesse cenário, o conceito de audiências ativas (MASIP *et al.*, 2015) é alçado a outro patamar de participação ao instigar o entendimento/compreensão de como as notícias são produzidas; quais critérios foram adotados; quem a escreveu; e assim por diante. Abrir as portas para que o leitor possa mergulhar no universo da produção jornalística pode fazer a diferença no combate à desinformação e na recuperação da confiança nas organizações jornalísticas.

Para Masip (2016), sem audiência, não há jornalismo. O autor considera que nos últimos anos, a mídia ignorou a audiência, entendida como leitores cidadãos, e não como clientes soberanos. “[...] A maioria das medidas tomadas pelos meios foi direcionada para reter a audiência através de entretenimento, mas pouco concebida para recuperar sua confiança” (MASIP, 2016, p. 324) (tradução nossa) [8].

É importante salientar ainda que a transparência nos processos jornalísticos e a interatividade com a audiência, em determinada instância, podem perpassar pela adoção de tecnologias, como o uso de Inteligência Artificial ou mesmo no desenvolvimento de ferramentas (DIAKOPOULOS, 2019; MARCONI, 2020; TRIELLI; DIAKOPOULOS, 2020), indo mais além da simples utilização de um *software*.

A adoção de tecnologias

Embora uma das indagações iniciais da idealizadora do *The Trust Project*, Sally Lehrman, seria como a tecnologia poderia ajudar na confiança e integridade das notícias, ao analisar os “8 Indicadores de Confiança”, observamos que tal quesito, tecnologia, não é discutido. Ainda que possa incorrer em um determinismo tecnológico, é importante destacar como a tecnologia poderia auxiliar na confiança. Desse modo, ao analisar os indicadores, seria possível apontar considerações nos Indicadores 2, 4 e 5.

O Indicador 2 – *Experiência e as especialidades do jornalista* –, poderia conter a especificação acerca de um jornalista que detém conhecimentos mais avançados sobre computação (jornalista-programador/a) [9], no caso de este profissional ser responsável ou corresponsável pelo processo de produção jornalística. Essa especificação seria importante para compreender níveis de especialidade dentro das redações e, inclusive, de inovação.

No Indicador 4, o objetivo é que o leitor compreenda quando o jornalista mostra suas fontes, abre-se a possibilidade de verificar se são confiáveis e precisas. Neste ponto, o uso da IA como descrito por Marconi (2020) é um caminho possível para chegar a este objetivo. Na hipótese do trabalho com dados, por exemplo, esses poderiam ser abertos e detalhados para o público. Além disso, esse objetivo poderia ser complementado ao fornecer subsídios para que o leitor consiga consultar as fontes por meio da IA que foi utilizada pela redação. Essa seria uma maneira de tornar o processo transparente ao público, inclusive.

Já o Indicador 5 – *Métodos* –, poderia descrever se algum sistema de automação foi utilizado durante o processo e como foi utilizado. Partindo do pressuposto que os métodos podem incluir os computacionais, numa reportagem em que, por exemplo, o reconhecimento de imagem foi utilizado, os detalhes poderiam ser fornecidos pela redação. A reportagem *Leprosy of the land* [10], publicada pela *Texty* em março de 2018, sobre mineração ilegal de âmbar na Ucrânia, utilizou imagens de satélites e redes neurais convolucionais (*CNN* – *Convolutional Neural Networks*) para a investigação. Ainda que não seja de fácil compreensão para o público leigo, a equipe disponibilizou logo no início da reportagem um link direto para a plataforma GitHub com a metodologia sobre como a base de dados foi criada, de que maneira as *CNNs* foram treinadas e as motivações para a investigação.

A ausência de uma discussão mais aprofundada sobre o uso intensivo da computação nos processos de produção jornalística é uma lacuna nos “8 Indicadores de Confiança”. Com base nos pressupostos de Marconi (2020) e Trielli e Diakopoulos (2020), sugerimos o Indicador 9 – *Ferramentas* – no sentido de esclarecer o uso de técnicas, *softwares* ou IA na construção da notícia. Um exemplo no indicativo de uso de ferramentas é o trabalho realizado pelo *Reuters News Tracer* [11], um *software* que detecta notícias de última hora por meio de postagens de mídia social. Usando computação cognitiva e algoritmos de aprendizado de máquina, essa IA atua em conjunto com os jornalistas humanos. A *Agência Reuters* mantém uma página com detalhes sobre o *software*, como opera e quais resultados entrega.

Considerações Finais

A crise no modelo de negócio do jornalismo, associada à queda no nível de confiança nas instituições jornalísticas, torna inevitável o repensar do posicionamen-

to da imprensa quanto à abertura e transparência sobre as decisões da produção editorial. Além de compreender e ter clareza de como ocorre o processo de produção jornalística, o público também precisa ter acesso às informações dos bastidores do jornalismo.

Aqui relatamos os itens que projetos e pesquisadores da área apontam como vitais na relação de transparência com o público. Essa é uma das trilhas para a reconquista da confiança, além da necessidade urgente de as empresas jornalísticas investirem cada vez mais no gerenciamento da participação da audiência. A participação do público, seja comentando as notícias, enviando sugestões de pauta ou criticando as reportagens, precisa ser assimilada pelas redações e respondida para que, de fato, a audiência sinta-se parte integrante de um projeto jornalístico.

O pressuposto de Masip *et al.* (2015) de que a lealdade é um dos pilares de sobrevivência da mídia em um ambiente de audiência tão volátil quanto a Internet, vai além, clarificando a importância de se conquistar a audiência não apenas com inclusão de formas de interatividade, mas também oferecendo conteúdo de qualidade, estimulando a audiência a fazer parte do projeto jornalístico. Nesse contexto, a transparência dos processos editoriais só tende a somar, uma vez que exista abertura para que a empresa jornalística exponha seus critérios adotados e que a audiência possa questionar a aplicação deles.

Em geral, a participação acaba sendo pouco respondida diante do volume de comentários e outras formas de interatividade recebidas nas redações todos os dias. Nesse caso, é primordial buscar soluções. Assim, voltamos ao imprescindível gerenciamento da participação da audiência, um investimento que precisa ser feito com estratégias e ferramentas moldadas de acordo com cada negócio.

Sobretudo, do ponto de vista dos processos de produção da notícia, em se tratando do contexto acerca do ambiente digital, e do fenômeno recente como o *Big Data*, a transparência na escolha dos dados que estão sendo utilizados também é importante. Trata-se de compreender que os dados, de natureza aberta (*open source*) que são disponibilizados à sociedade por meio de diferentes plataformas e que, posteriormente, tornam-se a base para a construção de notícias, são as novas fontes de informação. Do mesmo modo que os “8 Indicadores de Confiança” sugerem um esclarecimento ou identificação das fontes consultadas pelo jornalista, estas recomendações não podem restringir-se às fontes humanas, podendo incluir métodos e técnicas de coleta de dados ainda que a maior parte do público seja leiga neste quesito. Nesse sentido, o uso da IA, seja por meio do desenvolvimento de sistemas ou de *softwares* de IA Generativa de texto e imagem, tais como *ChatGPT* e *DALL-E* que podem otimizar as rotinas produtivas, e ainda de profissionais que detêm conhecimentos específicos, podem ser apresentados de uma maneira mais ampla nos Indicadores 2, 4, 5 ou ainda como um novo indicador, o de *Ferramentas*. É relevante ressaltar que o uso da IA Generativa levanta implicações acerca da autoria. Portanto, fornecer informações sobre

o uso de ferramentas que têm como finalidade escrever uma notícia é fundamental para garantir maior transparência.

Por fim, as recomendações presentes nos “8 Indicadores de Confiança” do *The Trust Project* fornecem subsídios para a implantação de possíveis estratégias para o jornalismo, seja do ponto de vista gerencial ou da adoção da tecnologia. Tais estratégias podem auxiliar na manutenção do jornalismo para além de um modelo de negócio, mas também de uma instituição fundamental para as sociedades democráticas. No indicativo de estudos futuros, sugere-se um estudo de caso que examina em detalhes a adoção de tais estratégias em uma redação.

Notas

[1] [...] but part of the social foundations of journalism as a profession, news as an institution, and the media as a business.

[2] When they like the fact [being reported], they like us; when they don't like the fact, they don't like us.

[3] using social media for news as the main source of news is correlated with lower levels of trust in news.

[4] Now is the time for newsrooms to take Advantage of technology like AI, which can help diversify content formats, create workflow efficiencies, and distribute news across platforms.

[5] Artificial intelligence is the latest driver in this shift, allowing content creators to automatically produce text or video from data, find hidden insights in documents, and optimize content distribution across platforms.

[6] Our contribution is a framework that takes into consideration each element of the algorithm, and which lays out a systematic approach that journalists can take when critiquing an algorithmic system.

[7] Disponível em: <<https://bit.ly/3riY243>>. Acesso em: 07 jul. 2023.

[8] Sin audiencia, no hay periodismo. [...] Paradójicamente, sin embargo, en los últimos años los medios han sistemáticamente desoído a la audiencia, entendida como lectores ciudadanos, no como clientes soberanos. La mayoría de medidas tomadas por los medios han sido dirigidas a retener a la audiencia por la vía del entretenimiento, pero pocas concebidas para recuperar su confianza.

[9] Adrian Holovaty, jornalista e desenvolvedor, ex-WashingtonPost.com, usou a frase “programador como jornalista” para definir o papel técnico nas notícias. Jornalistas-programadores são profissionais que mesclam conhecimentos jornalísticos aos computacionais e de certa forma, favorecem a automação no jornalismo (NILES, 2006, s.p.).

[10] Disponível em: <<https://bit.ly/43p5BDU>>. Acesso em: 22 mar. 2023.

[11] Disponível em: <<https://bit.ly/3KoIMjg/>>. Acesso em: 23 mar. 2023.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

- CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO. **Latinobarómetro 2020**. Santiago, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/46LsBjd>>. Acesso em: 20 out. 2021.
- CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO. **Latinobarómetro 2018**. Santiago, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/46LsBjd>>. Acesso em: 20 out. 2021.
- DOMINGO, D. Fostering and moderating citizen conversations. *In*: ZION, L.; CRAIG, D. (Eds). **Ethics for digital journalists – emerging best practices**. Nova York: Routledge, 2015, p. 159-173.
- FONSECA, V; SEIBT, T. A contribuição de Max Weber para os Estudos do Jornalismo: um ensaio teórico-metodológico. **Intexto**, n. 34, p. 640-657, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3QeqGOv>>. Acesso em: 20 out. 2021.
- GUERRA, J. L. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. São Cristóvão: Editora UFS, Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.
- KALOGEROPOULOS, A; SUITER, J; EISENEGGER, M. News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries. **International Journal of Communication**, v. 13, p. 3672-3693, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/3QCeozm>>. Acesso em: 10 ago. 2023.
- LE MOS, A. Cibercultura como território recombinante. *In*: TRIVINHO, E.; CAZELOTO, E. (Orgs.). **A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa**. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009, p. 38-46.
- MACEDO, K. C. A. **As interações entre leitores na seção The long read do The Guardian: entre a política editorial de moderação e a participação das audiências ativas**. 146 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3hBJVSM>>. Acesso em: 29 set. 2021.
- MARCONI, F. **Newsmakers: artificial intelligence and the future of journalism**. Nova York: Columbia University Press, 2020.
- MASIP, P. *et al.* Active audiences and journalism: involved citizens or motivated consumers?. **Brazilian Journalism Research**, n. 1, v. 1, p. 234-255, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/43pzQdB>>. Acesso em: 29 set. 2021.
- MASIP, P. Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. **El profesional de la información**, n. 25, v. 3, p. 323-330, 2016. DOI: <<https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.01>>.
- MOREIRA, S. V. Análise documental como método e técnica. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, v. 2, São Paulo: Atlas,

2005, p. 271-279.

NEWMAN, N. *et al.* **Reuters institute digital news report 2021**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 10 ed., 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3pMLKFw>>. Acesso em: 14 out. 2021.

NILES, R. The programmer as journalist: a Q&A with Adrian Holovaty. *Online Journalism Review*, 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/43qXOW5>>. Acesso em: 8 nov. 2022.

SAAD, E. Reflexões sobre ontologias jornalísticas no contexto de desinformação e crises sistêmicas. *Fronteiras*, n. 23, v. 2, p. 58-72, 2021. DOI: <<https://doi.org/10.4013/fem.2021.232.05>>.

STRÖMBÄCK, J. *et al.* News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, v. 44, n. 2, p. 139-156, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3DbI52z>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

TRIELLI, D.; DIAKOPOULOS, N. How Journalists Can Systematically Critique Algorithms. *COMPUTATION + JOURNALISM SYMPOSIUM*, v. 8, Nova York: ACM, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3PJ1dt8>>. Acesso em: 28 set. 2021.

THE TRUST PROJECT. **About us**. Disponível em: <<https://thetrustproject.org/about/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

TOFF, B. *et al.* **What We Think We Know and What We Want to Know: Perspectives on Trust in News in a Changing World**. The Reuters Institute for the study of Journalism: Oxford University Press, 2020.

TRYGG, S. **Is Comment Free?** Ethical, editorial and political problems of moderating online news. Blog Polis of London School of Economics and Political Science, 2012.