

APONTAMENTOS SOBRE A IMPORTÂNCIA DO DESIGN DE INFORMAÇÃO DE MODELAGEM POLISCÓPICA PARA O JORNALISMO DO SÉCULO XXI

NOTES ON THE IMPORTANCE OF INFORMATION DESIGN FOR 21ST CENTURY JOURNALISM

Jan Alyne Barbosa Prado*

RESUMO:

O artigo tem caráter pedagógico e propõe um percurso de raciocínio que visa a sistematizar como os princípios subjacentes à metodologia do design de informação de modelagem poliscópica, desenvolvida por Dino Karabeg, potencializam a constituição de modelos de relato inovadores para o jornalismo no século XXI. Discutimos alguns dos pressupostos relativos ao design de informação para modelagem poliscópica, e em seguida, sistematizamos alguns apontamentos sobre como estes princípios, e mais especificamente, a noção de escopo ou perspectiva, podem ser aplicados à modelização do relato jornalístico em ambientes digitais, a partir de experiências em curso aqui analisadas, que tangenciam ainda a reconfiguração de modelos e processos produtivos, bem como competências subjacentes à cultura profissional.

PALAVRAS-CHAVE: design de informação, modelagem poliscópica, jornalismo digital.

ABSTRACT:

The article has a pedagogical bias and proposes to systematize how the principles underlying the methodology of the information design of polyscopic modeling, developed by Dino Karabeg, potentiate the constitution of new narrative models for journalism in the 21st century. We discuss some of the assumptions related to information design for polyscopic modeling, and after we systematize some aspects, and more specifically the idea of scope or perspective, in order to understand how these principles can be applied to the modeling of journalistic reporting in digital environments, based on the

* Professora da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). MINAS GERAIS, Brasil. janalyne@gmail.com

experiences under way here analyzed and which also influence the reconfiguration of models and production processes as well as skills underlying professional culture.

KEYWORDS: information design, polyscopic modeling, digital journalism.

INTRODUÇÃO

Este artigo visa a defender a hipótese de que o design de informação, como disciplina emergente, potencializa a constituição de modelos narrativos inovadores para o jornalismo no século XXI. O contexto em que desenvolvemos tal argumento e que nos obriga a repensar o campo se traduz a partir da observação de uma série de fenômenos concomitantes e concatenados, a saber: a influência das tecnologias da informação como um fator de reestruturação dos processos produtivos e dos modos de construção do relato jornalístico, a exemplo do uso do telégrafo; a emergência de sistemas e ferramentas que incidem sobre uma série de práticas e processos produtivos concernentes ao jornalismo; uma sobrecarga excessiva de informação (BRUNS, 2005); novas formas de relação e engajamento com as ou das audiências; crise e emergência de modelos de negócios (COSTA, 2014); reorganização das redações em ambientes convergentes ou integrados (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008); e demanda de novas competências em função de novos paradigmas, a exemplo do JDBD (BARBOSA, 2007) ou do desenvolvimento de novos formatos narrativos agenciados coletivamente (BERTOCCHI, 2014).

O artigo está ancorado nas proposições do pesquisador e professor do Instituto de Informática na Universidade de Oslo, Dino Karabeg. Sua formação multidisciplinar¹ tem lhe permitido desenvolver uma nova abordagem para a informação a qual denomina design de informação para modelagem poliscópica (2003a, 2003b, 2004), um método de natureza semiótico estrutural, que pode ser descrito não apenas considerando a estrutura da cultura, mas também traduzido na linguagem dessa descrição (LÓTMAN apud MACHADO, 2013, p. 80).

No caso específico do jornalismo, a natureza da comunicação e dos ambientes digitais, e mais especificamente, a sua característica modular e programável (MANOVICH, 2001), permite um sem número de possibilidades metodológicas e tecnológicas para responder a novas demandas de informação, incluindo as possibilidades de modelização de formatos para o relato e de interpretação de dados.

O design de informação de modelagem poliscópica emerge, nesse contexto, como uma abordagem, onde a informação não é considerada uma coleção plana de fragmentos de informação ou de fatos, mas estruturada de acordo com o seu escopo ou a maneira subjacente de olhar. Os métodos que perpassam o design da informação estão atrelados à escolha consciente dos temas e do escopo, de acordo com a relevância.

A abordagem de modelagem poliscópica é então definida como "projeto de informação por projeto de escopo", onde o design de escopo significa que o escopo (o que está sendo observado e como) é projetado (conscientemente escolhido ou criado). Na modelagem poliscópica, os conceitos são projetados para atender ao tema escolhido. Um dos princípios desta abordagem postula que "o escopo determina a visão", o que significa que nossa maneira de olhar, refletida por nossa escolha dos conceitos antes de tudo, determina o que somos capazes de ver. A crença básica da modelagem poliscópica é que cada fenômeno ou questão pode ser tornado transparente e até rigoroso e preciso (ou "científico") através de uma escolha adequada de nível de abstração e ângulo de visão, que são determinados pela escolha do escopo (KARABEG, 2003b, p. 6-7). Em outras palavras, a escolha certa do escopo é considerada a questão central na informação segundo esta abordagem.

O DESIGN DE INFORMAÇÃO

Jacobson (1999, p. 15) define o design da informação como "a arte e a ciência de preparar a informação, de modo que possa ser usada (...) com eficiência e eficácia"². Dentre os objetivos desta arte e ciência está: a criação de documentos, de modo que sejam facilmente recuperáveis e/ou a projeção de interações com espaços tridimensionais/equipamentos/interfaces, de modo que facilitem a resolução de problemas e a eficácia na execução de tarefas, permitindo às pessoas encontrarem o seu caminho com conforto e facilidade.

O autor explica que os valores que distinguem o design da informação de outros tipos de design são a "eficiência e eficácia na realização do propósito comunicativo"³ (p. 16), a partir dos quais emerge, assim, um campo profissional, do qual o jornalismo pode se beneficiar:

Simplemente armazenar grandes quantidades de informações em computadores e recuperá-las não resolve nossas necessidades de informação. De fato, gigantescos depósitos de informações nos sobrecarregam (...) e nos carregam com problemas de navegação, o que às

vezes nos fazem sentir que estamos "perdidos no ciberespaço". O que precisamos não é mais informação, mas a capacidade de apresentar as informações certas para as pessoas certas no momento certo, da forma mais eficaz e eficiente (IBIDEM, p. 16)⁴.

Outro aspecto que justifica a emergência do design de informação como um campo profissional especializado diz respeito à otimização do tempo, uma vez que boa parte dos processos produtivos de organizações lidam com o processamento da informação em algum grau. "Se a informação é mal projetada, elas funcionam de forma ineficiente e suas organizações não são tão eficazes quanto poderiam ser" (IBIDEM, p. 16)⁵. Nesse sentido, as práticas que circunscrevem o design de informação, como um campo multidisciplinar, têm sido sistematizadas em distintas formações discursivas, comunidades profissionais e de pesquisa (IBIDEM).

Jacobson (Op. Cit.) sistematiza alguns aspectos historicamente subjacentes à informação da seguinte maneira: descreve uma realidade ordenada, propõe ordem ao caos, varia de cultura para cultura, ao longo do tempo e do espaço, e só pode ser encontrada por aqueles que observam as tecnologias e habilidades de forma apropriada. A informação pode ainda, segundo o autor, se configurar como um instrumento de poder, sob forma de discurso.

MORAES (2015), por sua vez, destaca, de modo complementar ao nosso ver, alguns aspectos conceituais relacionados ao design de informação: "responde pela mediação ao organizar informações" (p. 92), prescinde de planejamento, cumpre determinadas funções e "responde pela atualização de determinados produtos" (p. 99).

Este último aspecto coincide com a visão de de Karabeg, (2003a), segundo a qual tradição e design seriam, respectivamente, evolução e criação na cultura. O design figuraria como uma "alternativa à tradição", embora isto não implique, para o autor, que o design esteja em conflito com a tradição. Em uma tradição, a cultura como um todo, incluindo aí os valores, costumes, linguagem, objetos, estilo de vida e formatos de informação, evolui lenta e espontaneamente de forma semelhante à evolução dos organismos e ecossistemas. Nesse sentido, "nossa linguagem e sistemas de notação também se originaram através da evolução espontânea dentro da tradição que circunscreve a cultura" (KARABEG, 2003a, p. 7), levando-nos a pensar e atuar dentro dos limites dos papéis e padrões que nos são designados. Por outro lado, "uma vez que a cultura deixa de ser tradicional⁶, não é mais possível nos apoiar na evolução espontânea. Portanto, o design deve ser usado" (KARABEG, 2004, p. 5)⁷.

A ideia subjacente a essa nova disciplina é criar e usar informações com um sentido de propósito claro, ou seja, lidar com a informação de forma análoga a um tipo de pensamento que seria usado para projetar um objeto técnico: “Como praticamente toda a nossa informação é produzida por profissões que evoluem e funcionam como tradições, o design da informação é uma alternativa a praticamente toda a informação que conhecemos” (KARABEG, 2003a, p. 4)⁸.

Trata-se então de projetar informação de acordo com as necessidades da “cultura”⁹. Uma boa metodologia de design de informação deve fornecer métodos e critérios pelos quais informações básicas, sólidas, relevantes e confiáveis podem ser criadas e utilizadas (KARABEG, 2003b).

O design de informação deriva então da ideia de modelização, uma vez que “modelos constroem sistemas de representação” e ainda que “os métodos se encarregam de criar possibilidades de investigação e interpretação” (MACHADO, 2013, p. 80), de forma interdependente, ou seja, “tanto os modelos constituem a base a partir da qual são construídos os métodos, quanto os métodos se encarregam de construção de modelos” (Ibidem, p. 81).

Texto se tornou a chave do moderno estudo semiótico uma vez que permitiu tanto a formulação do modelo (cultura como texto) quanto do método (texto da cultura). Enquanto modelo, o texto se orienta pela modelização das linguagens, sobretudo porque é na linguagem que se manifesta o entendimento e seus movimentos em sistemas de signos que evidenciam a mudança naquilo que permanece. Enquanto método, o texto funciona como processo de auto-descrição do sistema no espaço semiótico de sua constituição. (MACHADO, 2013, p. 82).

Segundo Karabeg, os processos que circunscrevem os modos tradicionais de relatar os fatos possuem uma correspondência “objetiva” e “tacitamente” assumida com a realidade, de modo que uma definição deveria refletir o verdadeiro significado de um conceito. No design da informação, por sua vez, não há suposições tácitas. “A evolução dos métodos está baseada numa convenção expressamente declarada - a definição da metodologia”, cuidadosamente justificada (KARABEG, 2003b, p. 7).

Nesse sentido, o autor vem desenvolvendo, desde meados de 1990, a metodologia do design de informação de modelagem poliscópica: um protótipo para projetar novas maneiras de produzir informação, de modo a dizer o que é realmente relevante sobre ela. Karabeg delineou critérios que especificam o que precisa ser a informação, os princípios

que definem a epistemologia e a abordagem a partir das quais a informação pode ser criada ou projetada.

Esclareço esses pontos centrais usando um conceito mais preciso de "novo paradigma". A idéia é mostrar, a exemplo da teoria clássica do progresso científico de Kuhn, que uma maneira de fazer as coisas em um determinado domínio (que no nosso caso vigente é a criação e o uso da informação em geral) está sofrendo anomalias (problemas ou incongruências), e propor uma maneira diferente de organizar o domínio para resolver essas anomalias" (KARABEG, 2003a, p. 1-2)¹⁰.

Um dos pressupostos centrais da metodologia desenvolvida por Karabeg e sistematizada através de artigos e conferências (2003a; 2003b; 2004), é que a informação (tanto em geral quanto relacionada a um assunto particular) é poliscópica. Esta qualidade, por sua vez, se refere a uma "função do modo de olhar" ou "escopo", de modo que múltiplos escopos são possíveis e necessários para se entender determinados aspectos da realidade.

Modelagem poliscópica é definida então como "design de informação pelo design do escopo" (KARABEG, 2003a, p. 9). O escopo é a perspectiva, a maneira de olhar. A forma correta de usar os escopos é "projetá-los de acordo com o que precisa ser visto", de modo que a informação forneça uma idéia clara e correta sobre o todo (IBIDEM, p. 10). Na prática, "o escopo pode ser determinado pela linguagem ou pelo sistema de notação, pelos pressupostos ontológicos, pela escolha do sujeito, pelo método e pelas técnicas de apresentação" (IBIDEM, p. 9).

O foco no design do escopo nos convida a encontrar o "ângulo de visão" correto a partir do qual um aspecto essencial do todo pode ser visto e compreendido em termos claros. Mas ao mesmo tempo, a metodologia de modelagem poliscópica possui uma série de disposições que apoiam o pensamento holístico e a ação de informar. Uma delas é a distinção entre informações de alto e de baixo nível, que ajuda a encontrar o nível certo de abstração sobre o qual um fenômeno pode ser compreendido:

A melhor maneira de entender a (...) informação poliscópica é usando a metáfora de uma montanha, onde cada ponto de vista representa um *escopo*. Podemos ver algo "do alto da montanha" e ter uma visão (...) ou informações de alto nível, ou "da parte de baixo da montanha" e ter uma visão (...) informações de baixo nível. Os escopos também podem ser distinguidos "horizontalmente" como fornecendo aspectos diferentes (ou "visões laterais"). (Karabeg, 2004, p. 6)¹¹.

O objetivo da disciplina é fornecer peças de informação, entendidas como fonte de atenção (KARABEG, 2004), ou ainda como escopos de realidade ou perspectivas, uma vez que a sobrecarga de informação resulta de quantidades excessivas de informação de baixo nível, sem a correspondente informação de alto nível que nos permita ter um senso de clareza e orientação: “As informações de alto nível também nos permitem organizar nossas informações de forma hierárquica e, dessa forma, tornar eficiente o acesso a informações de nível inferior, parecido com o modo pelo qual o acesso aos números em um catálogo telefônico é eficiente” (KARABEG, 2003b, p. 3)¹².

Na modelagem poliscópica, não se presume que os conceitos tenham qualquer significado exato. Em outras palavras, não se supõe que a realidade tenha qualquer estrutura pré-definida. Em vez disso, o que quer que preceda nossa experiência é considerado algo como um escopo projetado, de modo que muitas estruturas são possíveis. Na metodologia de Modelagem Poliscópica, as definições são construídas de forma que nos permitem expressar o que realmente precisa ser expresso. (KARABEG, 2003b)

Jacobson, por sua vez, defende que o design da informação, ao sugerir uma realidade ordenada, está ancorado na reconceptualização dos fatos:

Quando, por exemplo, há um consenso sobre o processo de observação, produto e suas conseqüências, há um resultado informativo ao qual chamamos de fato porque sua aplicação às condições materiais produz resultados confiáveis e úteis. Mas a única maneira pela qual podemos explicar a evidência arrogante de que o fato de hoje é a tolice de amanhã, ou pior, a causa da rebelião de amanhã, é repensar o que está envolvido nos fatos. O fato, como palavra, tem tradicionalmente um significado essencialista: um fato descreve uma realidade que é. Por outro lado, *factizing*, como um verbo, sugere a ação de construir fatos, para designar as variadas formas pelas quais as pessoas contróem seus mundos como um procedimento (IBIDEM, p. 41)¹³.

No jornalismo, noção de enquadramento se aproxima em parte destas dois pontos de vista, uma vez que tem relação com um ângulo de visão a partir do qual uma realidade pode ser observada, construída e descrita. No entanto, no que concerne à modelagem poliscópica, como uma metodologia do design de informação, o plano de expressão deste relato não é pensado no jornalismo como um escopo, ou seja, projetado em relação a um todo. As informações coletadas têm sido tradicionalmente atreladas aos processos que prevêem a produção de notícias em fluxo contínuo que empregam a pirâmide invertida ou suas derivações, a exemplo da pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2007).

Uma vez que “os modelos se inscrevem na ontologia de um sistema” (MACHADO, 2013), ao ser projetado de forma poliscópica e modular, o relato jornalístico em ambientes digitais seria, por sua vez, tangenciado pelos princípios que caracterizam os media digitais, BDs e algoritmos (MANOVICH, 2001). No entanto, trazer luz aos acontecimentos mais obscuros não significa, segundo esta nova disciplina, inserir uma nova peça no “quebra-cabeça” existente, que corresponde à nossa compreensão atual de um determinado assunto, mas produzir uma nova maneira de olhar para ele.

Mais do que se concentrar na visualização do discurso, no termos de Margolin (1994), esse designer passou a se voltar para a produção do discurso e também para a antecipação das formas e os protocolos que os novos contextos comunicacionais impuseram a esse discurso (MORAES, 2015, p. 100).

O critério da perspectiva da modelagem poliscópica delineia uma alternativa aos modos tradicionais de informar. Uma grande quantidade de informações detalhadas e precisas, obtidas na apuração de dados “factuais” e ancoradas em fatos mais “visíveis”, pode obscurecer a perspectiva ou o “ver através”. Por outro lado, quando se cria uma perspectiva para informar, busca-se criar informação necessária olhando “para o escuro” onde falta informação. O critério de perspectiva também nos obriga a criar visões bem proporcionadas, a apontar para o que é essencial (KARABEG, 2003a).

MODELAGEM POLISCÓPICA PARA O RELATO JORNALÍSTICO

Na tentativa de situar a importância do design da informação de modelagem poliscópica na construção do relato jornalístico em ambientes digitais, como um novo paradigma, seria preciso considerar a complexidade do sistema, que “pode ser observada pelo agenciamento coletivo entre seus estratos” (BERTOCCHI, 2014, p. 65). A modelização do formato prescinde, segundo a sistematização de Bertocchi (2014), de múltiplas articulações entre sistemas, a saber “a mídia (...), os códigos (as linguagens) e as interações possíveis (as semioses)” (MACHADO apud BERTOCCHI, 2014, p. 77).

De modo genérico, Bertocchi (2016) faz um levantamento sobre fatores/atores que podem agenciar os estratos da narrativa jornalística em ambiente digital, e que em alguma medida, tangenciam a modelagem poliscópica, embora não estabeleça uma relação consciente entre estes¹⁴. Por agenciamento, a autora se refere “ao modo como esses estratos foram ou estão combinados”, de modo a conhecer “o que foi considerado

importante para o sistema e o que eventualmente se revelou irrelevante em seu desenho” (BERTOCCHI, 2014, p. 63-64).

De fato, para que seja colocado em prática, Karabeg (2004) reconhece que o design da informação deve se ajustar às circunstâncias e condições existentes, e que, no caso do jornalismo, estão atrelados à tecnologia de informação, às condições de produção e às competências profissionais desenvolvidas a partir da expertise de equipes multidisciplinares.

Bertocchi compila ainda algumas ideias ligadas à otimização das narrativas em ambientes digitais em fluxo contínuo: “os formatos e as arquiteturas da informação de notícias, reportagens, por exemplo, precisam estar previamente resolvidas para que haja uma veiculação constante de conteúdos” (SCHWINGEL apud BERTOCCHI, 2014, p. 73). Schwingel (apud BERTOCCHI, op. cit) vislumbra ainda a figura do arquiteto de informação, responsável por criar templates considerando os gêneros jornalísticos, o que culminaria em diferentes estruturas narrativas conformadas pelos sistemas de publicação.

Nesse sentido, defendemos aqui que a formação do jornalista pressupõe o desenvolvimento de uma visão sistêmica sobre a narrativa, considerando a modelização do relato e o agenciamento coletivo entre estratos, onde estão circunscritos processos e práticas de apuração, coleta, tratamento, análise das informações, atrelados desenvolvimento de competências ligadas a critérios de composição narrativa vinculados ao que Salaverría (2014) denomina sintaxe multimídia¹⁵.

“Os padrões têm um papel semelhante na Modelagem Poliscópica como gráficos e funções na matemática”, definidos como “relações abstratas” ou (...) como “classes de isomorfismo de modelos” (KARABEG, 2004, p. 8)¹⁶, permitindo não somente criar conceitos de alto nível e definir relacionamentos como também trazer insights de um domínio para outro¹⁷.

É justamente partindo destas características a partir das quais os padrões podem ser construídos e dos quais está fundada a modelagem poliscópica que discutimos, numa perspectiva dedutiva (regra-caso-resultado) a possibilidade de desenvolver uma espécie de “biblioteca” para modelos narrativos pautados pelo escopo, ou seja, com base em fatos sujeitos à cobertura de forma previsível, que fazem parte das agendas cíclicas das organizações de mídia noticiosa, circunscritos a um mesmo “domínio”.

Vejamos, por exemplo, a infografia intitulada “A estratégia dos candidatos”¹⁸ (Imagem 1) desenvolvida pela *front end developer*, Thaís Leão e pelo (web)designer, Flavio Taublib, que consiste em compreender a estratégia dos candidatos à presidência da República, através da análise do conteúdo de suas falas coletadas em um debate exibido no canal do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) no dia 01 de setembro de 2014.

Imagem 1 - Infográfico que analisa a estratégia dos candidatos à presidência da república nas eleições de 2014.



Fonte: O Globo On-line

A modelização do relato contempla um escopo/perspectiva voltado para informar como cada candidato participante do debate fez uso do seu tempo para: a) atacar candidatos ou alguma questão específica, a exemplo do governo federal ou do que os designers denominam “realidade político-social”, exibindo ainda a direção dos principais alvos dos ataques); b) se defender; c) fazer autopromoção. Da análise de conteúdo, é possível inferir que o critério de relevância atrelado ao escopo foi definido como “estratégias dos candidatos” a partir dos ângulos ou perspectivas (ataque, defesa, autopromoção) sobre os quais os temas foram debatidos.

Como dissemos anteriormente, a equipe projetou um escopo ou perspectiva (isto é, uma maneira de olhar para as estratégias dos presidentiáveis no debate televisionado), com informações de alto e baixo nível¹⁹.

Seguindo ainda os princípios que governam a modelagem poliscópica, a peça exhibe relações e propriedades dos escopos ou ainda uma alegação, a saber: os ataques, as defesas e as autopromoções e a direção dos ataques, bem como uma justificação. Com relação a esta última, a alegação é considerada justificada, segundo a modelagem poliscópica, na medida em que é "repetível", isto é, funciona para muitas situações e não pode ser falsificada (KARABEG, 2003b, p. 4).

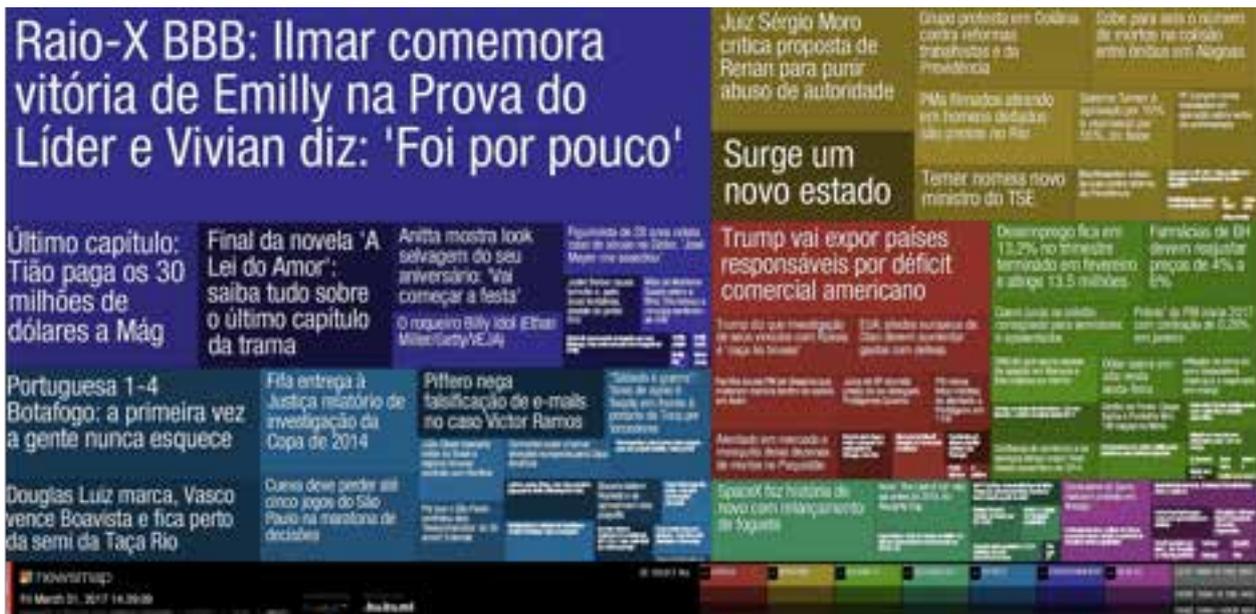
Dado que os debates entre candidatos para exercer cargos públicos do poder executivo configuram o campo de visão da agenda cíclica dos media informativos, ou seja, acontece de tempos em tempos e está sujeito à previsão ou planejamento de cobertura, é possível estender tais relações, propriedades e justificação desta peça desenvolvida pela equipe de O Globo como um escopo de cobertura modelizada, de modo a relatar as estratégias de candidatos a cargos executivos de estados ou prefeituras, que participam de debates exibidos em cadeias de radiodifusão.

Seguindo ainda o raciocínio que perpassa o método semiótico-estrutural (MACHADO, 2013), a peça descrita acima potencializa a complexidade no nível do relato, com o tratamento e desenvolvimento de mais variáveis, ou seja, mais camadas/unidades de análise (considerando campos adicionais inseridos em sua base de dados), que considerem a natureza do tema destes ataques, por exemplo.

O sistema e produto Newsmap²⁰ (Imagem 2) é um outro exemplo de modelização de um escopo que poderia ser traduzido como “agenda midiática” ou “ordem do dia”, cujas relações abstratas podem permear diferentes domínios. O sistema agrega notícias produzidas por organizações de mídia de diferentes países, recuperadas e indexadas pelo Google News, e cria uma forma de visualizar as notícias conforme a perspectiva de “hierarquia” ou “relevância”.

A definição de hierarquia aqui é traduzida conforme seja a quantidade de matérias produzidas sobre um determinado tema, de modo que o tamanho da fonte das manchetes das matérias mais “relevantes” é maior, e vai diminuindo conforme seja o número de matérias publicadas a respeito do tema. Além disso, as “editoriais” das matérias são distinguidas por cores e pelo espaços destinados a cada uma delas. Caso o usuário deseje aprofundar o conteúdo disposto na manchete, o sistema cria um hiperlink sobreposto, de modo que o usuário pode clicar nas matérias relacionadas.

Imagem 2 – Frontpage da versão brasileira do Newsmap.



Pergunta-se então: como este relato modelizado pode permear diferentes domínios? Temos o escopo da “relevância”, cuja definição pode ser traduzida em termos semelhantes, num portal de notícias, por exemplo, conforme sejam as notícias mais acessadas, compartilhadas ou comentadas por seus usuários.

A modelagem poliscópica para o design de informação no campo do jornalismo pode ainda se situar entre a modelização de relatos “tradicionais” e ao mesmo tempo, incidindo sobre os processos e as rotinas produtivas dos repórteres.

Vejamos um caso em que a publicação de matérias escritas por computador de maneira automatizada se dá a partir da coleta de dados advindos de órgãos públicos, governamentais ou resultantes de jogos de beisebol nos EUA. Os dados são tratados, analisados e adaptados às matrizes narrativas, modelizadas através de software e publicadas em revistas e jornais norte-americanos. Dória (2012, online) descreve parte deste procedimento levado a cabo pelo repórter do *Los Angeles Times*, Ben Welsh, ao receber uma lista diária que contém os crimes registrados pela Polícia de Los Angeles (LAPD):

Nada complexo: uma planilha de Excel. Lá está o nome de quem foi preso, profissão, local em que ocorreu, crime do qual o sujeito é acusado. Ben Welsh escreveu um programinha simples que lê diariamente esta planilha, distribui num banco de dados e faz algumas análises. Como se trata de Los Angeles, terra máxima das celebridades, a primeira coisa que o software pinça é se há um ator ou músico entre os presos da noite. Ele compara também a natureza dos crimes. Há nas últimas semanas, por exemplo, uma incidência maior de furtos nalgum canto específico da cidade? O crime cometido é um crime muito raro de ocorrer? O

indivíduo preso é acusado de uma série particularmente longa de crimes? É tudo coisa que um repórter policial experiente buscaria. O programa faz isso em poucos segundos. Os dados isolados e analisados são transformados em texto. O programa tem uma série de matrizes para isso. “Ontem à tal hora se deu o crime tal, a ocorrência foi registrada por fulano” e daí vai. O texto curto, carregado de informações, é distribuído entre os repórteres policiais. Alguns deles podem virar uma reportagem maior e profunda. Por conta desse estudo diário, qualquer mudança nos hábitos de criminosos em Los Angeles é imediatamente percebida na redação. E alguns dos textos produzidos pelo computador são publicados no site exatamente como saem da forma. Não carecem de apuração adicional (DÓRIA, 2012, online).

Três aspectos merecem destaque, considerando este experimento: o primeiro se refere a sua “dualidade”. Se por um lado, podemos observar que as matrizes narrativas modelizadas em bases de dados empregam parte da “perspectiva” do design de informação, modificando inclusive o processo produtivo da notícia já instituído, por outro lado, trazem aspectos da realidade utilizando a tradicional pirâmide invertida.

No caso do Los Angeles Times, o formato da notícia é “tradicional” e em alguma medida, “linear”, qual seja em termos de linguagem ou de distribuição, de modo que a notícia deve ser lida de forma plana e seqüencial²¹. A própria pirâmide invertida e derivações afins, que orientam as escolhas básicas a respeito do que ou de como relatar, estão implícitas nos costumes da tradição. Trata-se de um formato noticioso, historicamente empregado para reportar os fatos, principalmente no que diz respeito ao relato de notícias mais “quentes” (*hard news*), um modelo de produção canônico e eficiente sob muitas perspectivas (COSTA, 2013).

O pressuposto tácito em que se baseia o jornalismo tradicional é fornecer uma imagem precisa e mais aproximada da realidade, embora se saiba também que esta aproximação da realidade é uma construção mediada por uma diversidade de fatores (TRAQUINA, 2012). Nesse sentido, processos e práticas de apuração se aproximam de algo como um quebra-cabeça, uma coleção de “pedaços de informação” coletadas, de modo a compor uma imagem da realidade. Dado que um dos objetivos do jornalismo é fornecer fatos, é natural aderir a um conjunto fixo de procedimentos, visando a otimizar os recursos materiais e humanos. A organização da informação tradicional reflete claramente esta orientação (TRAQUINA, 2012).

Um segundo aspecto desta experiência reforça a tese de que o design de informação pode constituir um novo paradigma para o jornalismo, uma vez que potencializa a instauração de novos dispositivos (DELEUZE, 1990), e neste caso o uso de algoritmos

para automatizar processos produtivos²², agenciando novos modi operandi e competências relativas ao saber, ao poder e, concomitantemente, à produção de modos de subjetivação.

A informação não é apenas a principal mercadoria, mas também a fonte de energia primária. Para mostrar que o design da informação para a escolha consciente pode ser posto em prática, devemos mostrar como essa nova abordagem pode prevalecer sobre as estruturas de poder que dependem do estilo existente de fazer escolhas (KARABEG, 2003, p. 13)²³.

Um terceiro aspecto que merece destaque nesta experiência é que o repórter Ben Welsh consegue automatizar a escrita da notícia com base em acontecimentos cíclicos e/ou previsíveis e/ou rotineiros, como é o caso dos resultados dos jogos de beisebol, ou dos crimes que acontecem em Los Angeles. Se por um lado, é impossível: 1) determinar “quais matrizes são mais adequadas para determinadas empresas” (RAMOS 2014, p. 117); 2) “é impossível pensar em formatos digitais definitivos” (RAMOS 2014, p. 126); ou ainda que, em um modelo industrial de produção jornalística, 3) é improvável que o jornalista ou editor assumam a função de arquiteto de informação para a composição narrativa (SCHWINGEL apud BERTOCCHI, 2016), por outro, talvez seja possível, pelo menos potencialmente, desenvolver rotinas, processos e/ou práticas que prescindem da modelização de formatos poliscópicos, considerando maneiras de olhar para os fatos a partir de uma agenda cíclica.

Com o objetivo de ilustrar o potencial da modelagem poliscópica para o Jornalismo, considerando a ideia de uma “biblioteca” de matrizes narrativas para acontecimentos circunscritos a uma agenda cíclica, consideremos a peça desenvolvida pela equipe do *The New York Times* intitulada “*Front Row to Fashion Week*”²⁴. A peça disponibiliza imagens das principais ou mais relevantes coleções de outono em 2014 exibidas na New York Fashion Week, sob forma de uma galeria de imagem sanfonada. Abaixo destas galerias, figuram os “fingerprints” com as paletas de cores utilizadas pelos estilistas, de modo que o usuário/leitor tem uma ideia geral sobre tais tendências. Embora este escopo pareça simplista ou limitado do ponto de vista das infinitas possibilidades de tratamento, análise ou interpretação sobre este acontecimento²⁵, tal matriz narrativa ou “biblioteca de escopo” foi utilizada por The NYT para reportar o mesmo evento no ano anterior.

De modo geral, os exemplos aqui citados contemplariam ainda parte da proposta de um modelo de redação para o século XXI, intitulado News Diamond (BRADSHAW, 2007), cujo

modelo produtivo de notícias perpassa uma série de ciclos ou estágios, pensados em termos de densidade informativa, do tempo de produção e do controle dos usuários²⁶. Nesse sentido, o design de informação agenciaria a cadeia produtiva como algo específico de estágios mais aprofundados de produção de informação, cujos valores-notícia e densidade informativa atrelados à modelagem poliscópica podem incorporar valores de produção mais elevados.

Defendemos aqui que critérios de relevância e perspectiva próprios da modelagem poliscópica podem ser aplicados não necessariamente considerando os gêneros jornalísticos, mas sim a perspectiva, começando pela agenda cíclica das organizações de mídia noticiosa. Nesse sentido, o papel do design da informação é levar a perspectiva ou o escopo como critério orientador, iluminando os lados mais obscuros das questões mais relevantes em torno dos acontecimentos, de modo a assegurar densidade e diversidade na maneira de olhar e de pensar o relato. “A lógica que se adapta à Modelagem Poliscópica não se baseia na verdade e na falsidade, mas em múltiplos escopos, modelos e suas relações” (KARABEG, 2003b, p. 7)²⁷.

Na modelagem poliscópica, a “verdade factual” é considerada um critério deficiente e enganoso, uma vez que exige que usemos as técnicas voltadas para “encontrar fatos com certeza relativa ou presumida” (IBIDEM)²⁸. O critério de perspectiva, por sua vez exige uma representação do assunto ou questão, em proporções precisas, sem nada essencial oculto ou obscurecido, de modo a permitir que saibamos sobre as coisas essenciais das quais não sabemos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se por um lado, parece impossível admitir a existência de limites rígidos e precisos para a modelização do relato jornalístico, como atesta Ramos (2011), por outro, a criação de novas perspectivas para informar pode ser um fator de diferenciação no mercado da informação. Se por um lado, os constrangimentos organizacionais e a imprevisibilidade dos acontecimentos podem dificultar o desenho da informação por modelagem poliscópica, por outro, é possível pensar a criação de matrizes narrativas ou de uma biblioteca de “escopos” narrativos voltados para informar fatos derivados de uma agenda cíclica e/ou previsível, como demonstramos ao longo do artigo.

Por que o design de informação para modelagem poliscópica potencializa a inovação no Jornalismo? Primeiramente, defendemos que uma vez que esta metodologia possibilita a criação de novos escopos para a modelização do relato, potencializando o desenvolvimento de diversas formas de construção dos fatos ou de observação da realidade, ou seja, de modos pelas quais é possível apreendê-la, (re)construí-la e nesse sentido, desenvolver o relato. Para além disso, potencializa a constituição de um campo de criação e/ou expansão de mercados, uma vez que a demanda por informação atualizada a partir de escopos/perspectivas tangencia possíveis demandas de empresas, organizações etc.

O design de informação por modelagem poliscópica potencializa, portanto, o desenvolvimento de competências de natureza analítica, profissional e cognitiva. Exige o desenvolvimento de um *mindset* cada vez mais holístico e multidisciplinar, uma vez que pressupõe a percepção sobre o agenciamento coletivo entre estratos. Talvez seja partindo deste lugar que as organizações de mídia noticiosa possam se desenvolver, de modo a reestruturar o próprio desenho da organização, incluindo aí seus modelos e processos produtivos, competências e habilidades profissionais e quem sabe até seus modelos de negócio.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, S. Sistematizando conceitos e características sobre o jornalismo digital em base de dados. In: BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom, 2007, pp. 127-154.

BRADSHAW, P. A model for the 21st century newsroom: pt1 - the news diamond. Disponível em: <<https://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.

BERTOCCHI, D. **Dos dados aos formatos**. Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, 2013, 245 p.

_____. **Dos dados aos formatos**. A construção de narrativas no jornalismo digital. Curitiba: Appris, 2016.

BRUNS, A. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter. Lang, 2005,

CANAVILHAS, J. Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada. In: BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom, 2007, pp. 25-40

COSTA, C. T. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. *Columbia Journalism Review*, a **Revista de Jornalismo ESPM**, nº 9 (abril, maio e junho de 2014), p. 51-115. Disponível em: <<http://caiotulio.com.br/2014/04/um-modelo-de-negocio-para-o-jornalismo-digital/>>. Acesso em 06 de fevereiro de 2017.

COSTA, H. O que temos para hoje: pirâmide invertida no jornalismo on-line. Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/o-que-temos-para-hoje-piramide-invertida-no-jornalismo-on-line>>. Acesso em: 06 de fevereiro de 2017.

DELEUZE, G. **Michel Foucault**, filósofo. Barcelona: Gedisa, 1990.

DÓRIA, P. Jornalismo e Software. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/jornalismo-em-software-4718923#ixzz4NkkSFTwB>>. Acesso em: 22 de outubro de 2016.

GOFFEY, Andrew. *Algorithm*. In: FULLER, Mathew. **Software Studies**, a Lexicon. London: The MIT Press, 2008, pp. 15-20.

JACOBSON, R. E. **Information Design**. Cambridge, London: MIT Press, 1999.

KARABEG, D. Designing Information Design. **Information Design Journal**, vol. 11 (1), 2003a. Disponível em: <<https://folk.uio.no/poly/DID.pdf>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2017.

_____. Information design - a new paradigm in creation and use of information. POC. IPSI conference, SVETI STEFAN, MONTE NEGRO, OCTOBER, 2003b.

_____. Information design - informing for the 21st century. POC. IPSI conference, STOCKHOLM, SWEDEN, SEPTEMBER 2004.

MACHADO, I. Método, modelização e semiótica como ciência humana. **Estudos Semióticos**, vol. 9, no 2, Dezembro, 2013, p. 77 -87.

MANOVICH, L. **The Language of New Media**. Cambridge, Massachussets: MIT Press, 2001.

MORAES, A. **Design de notícias**. A acessibilidade do cotidiano. São Paulo: Blucher, 2015.

RAMOS, D. O. **Formato: condição para a escrita do jornalismo digital de bases de dados**. Uma contribuição da Semiótica da Cultura. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, 2011, 159 p.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo. Sete Características que marcam a diferença**. Covilhã: Labcom Books, 2014,

p. 25-52. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>.

SALAVERRIA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Editorial Sol90, Barcelona, 2008.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Ed. Insular, 2012.

NOTAS

- 1 Karabeg é doutor em Ciências da Computação, com ênfase em Teoria dos Algoritmos, mestre em Análise de Sistemas Ambientais/Oceanografia e bacharel em Teoria da Engenharia Elétrica e de Controle.
- 2 No original: “he art and science of preparing information so that it can be used by human beings with efficiency and effectiveness”. (T. A.)
- 3 No original: “efficiency and effectiveness at accomplishing the communicative purpose”. (T. A.)
- 4 No original: “Simply storing large amounts of information on computers and retrieving it does not solve our information needs. In fact, gigantic storehouses of information overload us with too much information and burden us with navigational problems that have sometimes make us feel that we are “lost in cyberspace.” What we need is not more information but the ability to present the right information to the right people at the right time, in the most effective and efficient form”. (T. A.)
- 5 No original: “If the information is poorly designed, they operate inefficiently and their organizations are not as effective as they might be”. (T. A.)
- 6 O autor faz menção às contribuições de Giddens (1994), que cunhou o termo sociedade pós tradicional. Ao invés de se apoiar nos caminhos da tradição, esta sociedade reflete sobre seus padrões sociais e culturais, a exemplo das relações que são criadas, dos alimentos que se come ou dos valores que persegue.
- 7 No original: “Since our *culture* is no longer *traditional*, we can no longer rely on its spontaneous evolution. Therefore *design* must be used” (T. A.)
- 8 No original: Since practically all our information is produced within professions that evolve and function as traditions, information design is an alternative to practically all the informing we know (T.A.).
- 9 No jornalismo, o telégrafo é um bom exemplo que ilustra os modos pelos a informação (o fato) era projetada (apurado, transmitido e reconstruído), a título de exemplo.
- 10 No original: I clarify those central points by using a more precise concept “new paradigm.” The idea is to show that, as in Kuhn’s classic theory of scientific progress, an existing way of doing things in a certain domain (which in our present case is the creation and use of information in general) is suffering from anomalies (problems or incongruences), and to propose a different way of organizing the domain which can resolve those anomalies (T.A.).
- 11 No original: The best way to understand (...) *polyscopic information* is by using the metaphor of a mountain, where each standpoint represents a *scope*. We may view something ‘from the top of the mountain’ and have a *high-level view* or (...) *information*, or ‘from the bottom of the mountain’ and have a *low-level view* or (...) *information*. The *scopes* can also be distinguished ‘horizontally’ as giving different *aspects* (or ‘side views’) (T. A.).
- 12 No original: The high-level information also allows us to organize our information hierarchically and in that way make the access to lower-level information efficient, in a similar way in which the access to the numbers in a telephone catalogue is efficient (T. A.).

- 13 No original: “(...) When, for example, a consensus regarding observing process, product, and consequences yields an informative outcome we call fact because its application to material conditions produces reliable and useful outcomes. But the only way we can account for the overbearing evidence that today's fact is tomorrow's folly, or worse the cause of tomorrow's rebellion, is to reconceptualize what is involved in facts. Fact, as a word, has traditionally had an essentialist meaning: a fact describes a reality that is. On the other hand, factizing, as a verb, suggests that among the many ways in which people make their worlds is a proceduring, a designing called making facts”. (T. A.)
- 14 Segundo a autora, a narrativa digital “caminha por um ciclo que começa na pré-figuração (uma pré-compreensão do mundo onde as expectativas são alinhadas), passa pela refiguração (esquema inteligível) e vai até a mediação (a intersecção entre o mundo do texto construído e o mundo de quem vai acessá-lo, lê-lo, consumi-lo, alterá-lo e partilhá-lo)” (BERTOCCHI, 2016, p. 63).
- 15 O autor sistematiza alguns critérios voltados para guiar/facilitar a coordenação de formatos/elementos multimídia sintaxe multimídia, quais sejam: 1) compatibilidade, 2) complementaridade, 3) ausência de redundância, 4) hierarquização, 5) ponderação e 6) adaptação. Para conhecê-los em detalhes, ver: Salaverría, In: Canavilhas (Org.), 2014, p. 25-52.
- 16 No original: *Patterns* have a similar role in Polyscopic Modeling as graphs and functions do in mathematics [9] [18]. They are, however, completely general. *Patterns* are defined as ‘abstract relationships’ or (in the ab modeling language) as ‘isomorphism classes of models’ (T.A.).
- 17 Um exemplo destes padrões, programados em sistemas que prescindem de inteligência artificial, pode ser observado quando do acesso à lista de músicas selecionadas pelo sistema de consumo de música em *streaming*, Spotify. A lista, disponibilizada semanalmente (Descobertas da Semana), com as músicas das quais o usuário poderá gostar é construída com base em programações algorítmicas construídas com base em relações de similaridade semântica que se estabelecem a partir de artistas, ritmos (tempo), estilos, entre outros domínios.
- 18 Disponível em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/brasil/eleicoes-2014/as-estrategias-dos-candidatos.html>>, acesso em 22 de janeiro de 2017.
- 19 Nesse sentido, Karabeg explica que “A informação de alto nível, como a que é vista do alto de uma montanha, nos dá uma compreensão geral das coisas e nos permite escolher direções. A informação de alto nível está próxima das noções tradicionais de conhecimento e sabedoria, enquanto que a informação de baixo nível está mais próxima dos dados.” (KARABEG, 2004, p. 7). No original: The *high-level information*, like the view from the top of a mountain, gives us a general understanding of things and allows us to choose directions. *High-level information* is close to traditional notions of knowledge and wisdom, while *low-level information* is closer to data (T.A.).
- 20 Disponível em: <http://newsmap.jp/#/b,e,m,n,s,t,w/pt-br_br/view/>. Acesso em 25 de janeiro de 2017.
- 21 Na cultura do jornalismo como profissão, processos básicos que circunscrevem as rotinas produtivas, as linguagens, os valores-notícia, critérios de noticiabilidade, as relações com as fontes, formatos narrativos, entre outros, estão circunscritos pela tradição.
- 22 Goffey (2008) explica que, ao delinearem os comportamentos de um programa, os algoritmos agenciam uma rede de ações por cima de ações, que desembocam em um complexo de relações poder-conhecimento, cujos efeitos colaterais do podem se tornar criticamente importante. A qualidade formal do algoritmo como uma construção logicamente consistente carrega consigo um enorme poder hierarquizante, mas há um equívoco sobre a natureza puramente formal deste constructo, uma vez que há mais em um algoritmo do que sua forma logicamente consistente.
- 23 No original: In the Information Age information is not only the prime commodity, but also the prime power source. To show that the design of information for conscious choice can be put into practice, we must show how this new approach can prevail over the power structures that depend on the existing style of making choices (T. A.).
- 24 Disponível em: <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2014/02/14/fashion-week-editors-picks/> . Acesso em 24 de janeiro de 2017.

- 25 Consideramos, por exemplo que a peça poderia fomentar a complexidade, considerando, por exemplo, possíveis tendências em relação à vestimenta (predominam as saias lápis ou taieurs estruturados, por exemplo?), ou às referências (moda dos anos 50 ou 70?), entre outros escopos.
- 26 Para conhecer mais sobre o modelo proposto por Bradshaw, ver: <https://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.
- 27 No original: “The logic that suits Polyscopic Modeling is not based on truth and falsehood but on multiple scopes, models and their relationships” (T. A.).
- 28 No original: “find facts with relative or presumed certainty” (T. A.).

Artigo recebido em: 15 de fevereiro de 2017.

Artigo aceito em: 11 de maio de 2017.