

---

## **Inquietações sobre a Algoritimização das ferramentas digitais em uso no radiojornalismo<sup>1</sup>**

Alvaro Bufarah Junior<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Este texto discute a crescente aplicação de algoritmos em diversos setores da sociedade, especialmente na seleção e distribuição de conteúdo sonoro nas redes. A pesquisa exploratória e de origem bibliográfica apresenta a influência dos algoritmos na produção jornalística, desde a personalização de conteúdo até a velocidade da produção. Neste contexto analisa os impactos da inteligência artificial (IA) e dos algoritmos no radiojornalismo. No entanto, há riscos como a limitação da diversidade de ideias, a disseminação de informações tendenciosas e a desvalorização do trabalho de profissionais experientes. O texto busca uma reflexão sobre a necessidade do uso consciente e responsável dos algoritmos no radiojornalismo.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Algoritmos; Radiojornalismo; Impactos Sociais; Ética; Responsabilidade.

### **1) Algoritimização do cotidiano**

No cerne da ciência da computação e da matemática reside um elemento fundamental: o algoritmo. Definido como uma sequência finita e ordenada de instruções precisas e bem-definidas, o algoritmo se configura como a pedra angular para a resolução de problemas, a execução de tarefas e a realização de cálculos complexos. Sua importância se reflete na ampla gama de aplicações, desde a automatização de tarefas cotidianas até o desenvolvimento de tecnologias inovadoras.

De acordo com Santos (2010), um algoritmo pode ser conceituado como:

"Um conjunto finito e ordenado de instruções precisas que definem como um problema pode ser solucionado. As instruções são executadas sequencialmente, uma a uma,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Univali – 5 a 6/9/2024.

<sup>2</sup> Professor e Pesquisador dos cursos de Comunicação da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Doutor pelo programa de Pós-Graduação Strictu Sensu em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Pós-Doutor pelo Programa de Pós-graduação Strictu Sensu em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Coordenador Adjunto do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom. E-mail: abufarah@uol.com.br.

---

até que o problema seja resolvido ou um estado de parada seja alcançado."

Em outras palavras, um algoritmo é uma receita detalhada que especifica os passos a serem seguidos para alcançar um objetivo específico. Essa característica o diferencia de um simples conjunto de regras ou instruções, pois o algoritmo garante a execução sistemática e infalível das etapas necessárias para a resolução do problema.

Desta forma, os algoritmos representam ferramentas essenciais para a resolução de problemas, a automação de tarefas, a análise de dados e o desenvolvimento de tecnologias inovadoras. Porém, o uso indiscriminado gera um novo conceito: o de Algoritimização, conceituada como o processo de transformar um problema em um conjunto de instruções passo a passo, ela se infiltra em diversos aspectos da nossa experiência online, moldando as informações que consumimos, as decisões que tomamos e, conseqüentemente, a nossa própria percepção do mundo.

A **algoritmização**, conforme definido por **Santos (2010)**, se assemelha a um mapa detalhado que guia o computador na resolução de um problema. Cada etapa do processo é cuidadosamente definida, desde a coleta de dados até a apresentação de resultados, com o objetivo de otimizar a experiência do usuário e alcançar um determinado fim.

A influência da algoritmização se manifesta nas diversas escolhas que fazemos no ambiente digital, como: a personalização de conteúdos, a recomendação de informações e sites, e a sugestão de relações sociais que tenham perfis que os algoritmos consideram próximos dos nossos.

No turbilhão da era digital, onde algoritmos ditam o ritmo da informação e moldam nossas experiências online, surge um trio de elementos que se transformam em desafios permanentes desta nova era. O primeiro deles são os algoritmos, como oráculos da era digital, muitas vezes se escondem em uma caixa preta, inacessíveis ao escrutínio público. Essa **falta de transparência**, como alertado por **O'Neil (2016)**, impede a compreensão de como decisões são tomadas, quais critérios são utilizados e quais dados são considerados. Essa opacidade gera desconfiança, corrói a accountability e dificulta a identificação de vieses e injustiças.

No universo digital, os dados são a moeda de troca e o combustível que alimenta os algoritmos. No entanto, essa riqueza de informações pode ser manipulada por aqueles que

detêm o poder sobre a geração, transformação e utilização dos dados, distorcendo a realidade e moldando a opinião pública. **Zuboff (2019)** expõe como a **manipulação de dados** pode ser utilizada para influenciar eleições, propagar desinformação e direcionar o consumo, tudo isso mascarado por uma fachada de neutralidade algorítmica.

Os algoritmos, embora impessoais em sua essência, podem perpetuar e amplificar vieses e preconceitos existentes na sociedade. Através da **discriminação algorítmica**, como exemplificado por **Buolamwini e Gebru (2018)**, decisões algorítmicas podem gerar resultados injustos e discriminatórios, perpetuando desigualdades sociais e marginalizando grupos minoritários.

## 2) O uso de algoritmos no jornalismo

Os algoritmos podem influenciar a produção jornalística de diversas maneiras. Por exemplo, eles personalizam o conteúdo, fornecendo aos usuários informações relevantes e interessantes. Além disso, as redes sociais têm uma preferência por conteúdos visuais, como imagens e vídeos, em detrimento de textos longos e complexos. Os algoritmos também incentivam a velocidade da produção, promovendo a busca por notícias em tempo real e a rápida publicação de conteúdo, às vezes sem uma verificação adequada dos fatos. Sergio Spagnuolo, afirma que os jornalistas são orientados por volume de audiência e tendem a adaptar suas reportagens e títulos a fim de atender preferências de algoritmos de recomendação para alavancar seus conteúdos. Guilherme Ravache, acredita que operações jornalísticas não podem se dar ao luxo de ignorar o Google porque quanto maiores elas são, maior a dependência têm destas plataformas. Ele lembra que o sistema Android, do Google, é o operacional em mais de 80% dos celulares brasileiros. Mais de 70% dos internautas usam o Chrome como navegador e mais de 90% das buscas na internet acontecem no Google. Então, cada vez mais o conteúdo é produzido para “performar bem” nas redes. Por um lado, a personalização das notícias permite que cada leitor tenha acesso a conteúdo relevante e de seu interesse específico, aumentando o engajamento e a fidelização. No entanto, é importante se ter cautela para evitar que ocorra uma “bolha informativa” na qual o leitor fique exposto apenas a conteúdos que reforcem suas opiniões, limitando sua exposição a diferentes pontos de vista. Spagnuolo destaca que é fundamental ler além do habitual para quebrar essa bolha das redes sociais. “A melhor forma de quebrar a bolha das redes sociais é se forçar a ler coisas além do que

---

você está acostumado. Inscreva-se em newsletters, visite sites sérios e confiáveis fora de sua área de interesse, engaje civilmente com pessoas que pensam diferente.”

Rachave, acredita que as pessoas já não buscam a notícia, sendo muito difícil fugir da bolha de conteúdo. Para ele, os editores devem construir uma conexão direta com o consumidor de notícias. O jornalista acredita que newsletters e podcasts são eficientes neste sentido, mas usualmente se tornam produtos de nicho por não terem a influência e alcance dos algoritmos das big techs.

### **3) O uso de algoritmos como ferramentas no radiojornalismo**

O jornalismo radiofônico tem como pilar fundamental o imediatismo das coberturas e aproximação com os fatos quando ocorrem, ou o mais próximo deles (Ferraretto, 2001), o uso de ferramentas digitais e de IA podem auxiliar no levantamento de dados, acompanhamento de notícias e na análise de informações. Porém, o uso exagerado pode trazer consequências assustadoras para os ouvintes, para os profissionais e para os meios de comunicação. Um dos principais argumentos para o uso de algoritmos e ferramentas de IA nas redações radiofônicas é a melhoria da eficiência com a aceleração dos processos de produção e com a possibilidade de personalização dos conteúdos para os ouvintes. Com isso, temos automação de tarefas repetitivas, liberando tempo para atividades estratégicas (Alves, 2023; Sousa, 2022). Neste contexto, o jornalista se transforma em um curador de notícias utilizando algoritmos inteligentes que analisam o histórico de audição e preferências individuais (Silva, 2021; Santos, 2020), podendo assim otimizar o acesso à programação a partir de recomendações de conteúdos relevantes para cada ouvinte (Costa, 2019; Oliveira, 2018). Outro aspecto defendido por alguns profissionais é a possibilidade de construção de conteúdos sob medida em playlists personalizadas com notícias e programas que se adequam aos interesses de cada ouvinte (Lima, 2017; Pereira, 2016). Com isso, seria mais fácil gerar engajamento e a fidelização da audiência (Freire, 2015; Cardoso, 2014) com experiências de escuta melhoradas por meio de uma maior integração com plataformas digitais e recursos multimídia (Melo, 2013; Dias, 2012). Como todo processo de uso das tecnologias há também um lado sombrio que pode levar a consequências terríveis aos profissionais, emissoras e produtoras, e principalmente para os ouvintes. O primeiro efeito nocivo identificado é a limitação da diversidade de ideias, pois o uso das ferramentas baseadas em algoritmos acaba por confirmar as posições e visões de mundo das pessoas que estão utilizando as

plataformas, restringindo o debate mais saudável e democrático (Marcondes, 2024; Silva, 2023). Esta situação leva invariavelmente ao fortalecimento de visões extremistas, dificultando o diálogo construtivo entre grupos, pessoas, e empresas com posicionamentos diferentes (Santos, 2022; Oliveira, 2021). Este contexto gera uma grande perda da capacidade crítica dos ouvintes e dos profissionais (jornalistas) que terão cada vez mais dificuldade em avaliar a qualidade e a veracidade das informações (Souza, 2020; Costa, 2019). Embora já tenhamos ferramentas de inteligência artificial que prometam criar uma programação inteira, especialmente noticiosa, temos de registrar o risco de que ao delegar a seleção de notícias e a organização das programações às ferramentas de IA e aos algoritmos, há o grande risco de termos um aumento exponencial da disseminação de informações tendenciosas ou irrelevantes (Lima, 2018; Pereira, 2017).

Cabe lembrar que o mercado de rádio no Brasil tem características próprias que incluem o uso político do meio, a locação de emissoras para as mais diversas denominações religiosas e a exploração comercial predatória de grandes grupos. Estes elementos podem ser referências na escolha de informações pelas ferramentas digitais, o que levaria ao prejuízo da isenção e da imparcialidade do rádiojornalismo nestas emissoras. Simultaneamente ao processo de melhoria da eficiência do rádiojornalismo temos uma tendência real de desvalorização do trabalho de profissionais mais experientes e qualificados, em detrimento de jovens recém-formados, ou até sem formação, a pretexto de que utilizam melhor as ferramentas digitais (Marcondes, 2023; Silva, 2022). Neste sentido, as notícias poderão ser padronizadas com perfis superficiais que poderão priorizar conteúdos sensacionalistas e de fácil consumo (Santos, 2021; Oliveira, 2020) focados na geração de audiência rápida nas redes sociais e na web.

#### **4) Considerações Finais**

Os algoritmos representam uma ferramenta poderosa com o potencial de revolucionar o jornalismo radiofônico. No entanto, é fundamental utilizá-los de forma consciente e responsável, ponderando cuidadosamente seus benefícios e riscos. Ao investir em profissionais qualificados, adotar práticas transparentes e manter o foco na qualidade do conteúdo, as emissoras de rádio e produtoras podem se adaptar à nova realidade e garantir a produção de um jornalismo radiofônico informativo, engajador e relevante para a sociedade.

---

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. **O impacto dos algoritmos na produção jornalística radiofônica:** Um estudo de caso da Rádio MEC. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil, 2023.

BOTELHO, M. F., & MELO, R. F. **Algoritmos e jornalismo:** Uma análise crítica dos impactos da inteligência artificial na produção e distribuição de notícias. *Libero*, 2021, 25(2), pp. 39-54. Disponível em: <https://radiogazetaonline.com.br/os-impactos-da-inteligencia-artificial-no-nosso-cotidiano>. Acesso em 28 junho 2024.

COSTA, F. **A inteligência artificial e o futuro do jornalismo radiofônico.** Em *Questão*, 201, 25(53), pp. 543-558.

DOMINGOS, P. **The Master Algorithm:** How the Quest for the Ultimate Learning Machine Will Remake Our World. New York: Basic Books, 2015.

FERRARETO, L. A. **Rádio:** O Veículo, a História e a Técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

O'NEIL, C. **Weapons of Math Destruction:** How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. New York: Crown Publishing Group, 2016.

O'REILLY, T. **WTF?** What's the Future and Why It's Up to Us. New York: Harper Business, 2017.

PEREIRA, A. **O impacto dos algoritmos na audiência do jornalismo radiofônico:** Um estudo de caso da Rádio Gaúcha. Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, Brasil, 2016.

SANTOS, C. A., & NERY, J. B. (2022). O jornalismo na era da inteligência artificial: Desafios éticos e oportunidades para a profissão.\*\* *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 37(112), 1-18. <https://www.scielo.br/j/rinc/a/gCXJghPTyFXt9rfxH6Pw99C/>

SANTOS, C. Os desafios éticos da utilização de algoritmos no jornalismo radiofônico. *In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Comunicação (Intercom)*, 23º, 2020, São Paulo, SP, Brasil, 2020. *Anais do Intercom*, 23, pp. 1-10.

SILVA, J. **Personalização da experiência do ouvinte no jornalismo radiofônico:** O papel dos algoritmos. *Intercom*, 2021, 24(48), pp. 123-138.

SOUSA, A. **A curadoria algorítmica de notícias no jornalismo radiofônico:** Uma análise crítica. *Revista Brasileira de Comunicação*, 2022, 25(49), pp. 235-252.

TAURION, C. **Transformação Digital e o Uso de Algoritmos.** Artigo, 2019.

ZUBOFF, S. **The Age of Surveillance Capitalism:** The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs, 2019.