

Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard

Alex Fernando Teixeira Primo

Doutor

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

alexprimo@gmail.com

Resumo

Este trabalho visa debater como o jornalismo em rede tem transformado a produção e circulação de notícias e processos como *gatekeeping* e *agenda setting*, a partir da ação interdependente de pessoas comuns, jornalistas, organizações e tecnologias digitais (como blogs, Twitter, Facebook e Flipboard). Finalmente, faz-se uma análise das interações no aplicativo Flipboard e demonstra-se como elas fomentam a construção do que chamou de composto informacional midiático.

Palavras-chave

Jornalismo em rede, análise de redes sociais, mídias sociais, Teoria Ator-Rede, Flipboard.

1 Introdução

A fábrica já foi endereço do poder. A posse dos meios de produção exigia poder econômico, o que em retorno também conferia poder político. A vida, em todos seus aspectos, era condicionada pelas demandas da fábrica. No jornalismo, a divisão do trabalho, as rotinas produtivas e o produto final também eram estruturados segundo as imposições da relação de mercado e os interesses daqueles que detinham os meios de produção. Este argumento encara o jornalismo de referência como um processo industrial, que responde a interesses da produção em escala, ao imperativo do lucro e, portanto, a pressões dos anunciantes. O veículo jornalístico, embalado como mercadoria, precisa atingir o maior

público possível para maximizar a razão retorno/investimento. A padronização desenvolvida para esses fins (*one-size-fits-all*) — que resulta hoje em notícias iguais nos diferentes veículos, tanto na seleção quanto em seu tratamento —, acabou transformando o jornalismo dos grandes grupos midiáticos em uma *commodity*.

Quando se diz que hoje a economia se organiza não mais em torno da fábrica, mas sim em virtude do conhecimento, da informação, poder-se-ia pensar que o jornalismo de referência sairia ileso, pois sempre foi informação. Contudo, a “fábrica jornalística” — as rotativas, os estúdios, as antenas, etc.— só podia ser possuída por poucos e abastados empresários. A produção e circulação de notícias dependia de caros meios de produção, de sistemas de logística e da divisão do trabalho de grandes equipes. Hoje, com o barateamento e simplificação das formas de publicação na Internet, a informação se desgarra do imperativo industrial. É através da potencialização da comunicação, dos afetos, do trabalho voluntário, dos movimentos de colaboração e das interações em redes que o jornalismo vai se transformando no contexto da cibercultura. Esse é o percurso que constituirá o jornalismo em rede, cujas implicações serão aqui discutidas. A argumentação a seguir dará foco especial a como as chamadas “mídias sociais”¹ (Twitter, Facebook) e aplicativos noticiosos para iPad (especificamente o Flipboard) alteram o jornalismo na contemporaneidade.

2 Para compreender o jornalismo em rede

Dois avanços — um tecnológico e outro estrutural — foram fundamentais na definição da indústria jornalística: o telégrafo e as agências de notícias. Segundo Heinrich (2011), é a partir desse momento no século XIX que consolida-se o sistema linear de jornalismo. Ainda que o telégrafo tenha sido substituído por outras tecnologias analógicas no século XX, a estrutura linear permaneceu e até se fortaleceu. Hoje, com a digitalização dos processos de comunicação, o cenário é bastante diferente. Heinrich defende que a esfera global de notícias ultrapassou os limites impostos pelas tecnologias ponto-a-ponto (por exemplo, de uma antena de transmissão para outra de recepção, que amplifica o sinal e o retransmite para outra repetidora). Diferentemente dos centros monopolistas de transmissão que

¹ Mesmo que segundo a perspectiva da Teoria Ator-Rede (ANT) o uso do termo “social” seja aqui problemático, adota-se neste trabalho as formas “mídias sociais” e “redes sociais” em virtude de seu uso corrente. De toda forma, não se pode supor que “social” seja uma força que determine por antecedência certos desdobramentos, nem que sejam fenômenos que envolvam apenas humanos, conforme se verá na discussão vindoura sobre ANT.

controlavam a circulação de informações, as redes digitais da contemporaneidade passam a ser caracterizadas por um fluxo não linear, que altera significativamente a forma do que chama de esfera global de notícias.

As práticas jornalísticas de hoje envolvem um número maior de produtores e distribuidores de notícias, sendo que uma importante parcela destes não faz parte de organizações jornalísticas. Cada um dos participantes, segundo Heinrich (2011), é um nó em uma densa rede de informações. A conexão interativa entre esses nós é o que a autora chama de “jornalismo em rede²”. Este conceito visa descrever a revisão da forma organizacional de todo sistema midiático. A autora adverte, contudo, que jornalismo em rede não é sinônimo de jornalismo digital, nem tampouco circunscreve-se à *web*, *smartphones* e *tablets*: jornais e revistas impressos, rádio e televisão também transformaram-se substancialmente na sociedade em rede.

Ao avaliar as diferentes proposições anteriores sobre jornalismo em rede (*network journalism* ou *networked journalism*), Heinrich (2011) aponta a ênfase que tais trabalhos davam à interação entre participação cívica e ação jornalística. Apesar de reconhecer a pertinência das discussões sobre rearticulação das relações de trabalho impostas pelas tecnologias digitais (destacadas por Bardoel e Deuze, 2001, em sua conceituação particular do mesmo termo) e a crescente participação dos cidadãos no processo jornalístico, para Heinrich (2011) o jornalismo em rede é mais do que isso. O conceito é pensado em suas implicações estruturais, no sentido de abordar como o jornalismo se reorganiza globalmente.

Network journalism is the underlying structural concept that refers to the structural organization and the connections not just within one form of journalism (e.g., print or online), but to the emerging connection modes within the whole sphere of journalistic work as such. Digital technology enhances the options of news gathering, changes production modes and impacts news dissemination not only for online media, but for every single journalistic platform that operates within the network society. Within this network society, new connection modes and information flows then influence the structural organization of journalistic outlets just as well as the day-to-day work of gathering, producing and disseminating news within a global network sphere. (Heinrich, 2011, p. 61).

Ao operar em uma rede global, onde cada veículo é um nó dessa malha interconectada, as organizações midiáticas sofrem transformações profundas. A estrutura anterior, razoavelmente estável, de fluxos controlados e lineares de informação, foi substituída por uma estrutura mais caótica:

² Este termo é claramente baseado no conceito de sociedade em rede de Castells (2002).

the connection points within a *network journalism* sphere are organized in a *decentralized* fashion and more abundant, with information flowing into news outlets via a multiple number of strings, being processed and then either pushed toward or pulled out by the active user. (ibidem, p. 63).

Como aponta Shirky (2008), o que ocorre não é uma simples mudança de uma instituição para outra (de organizações jornalísticas para coletivos, por exemplo), mas a própria redefinição do que é notícia: “from news as an institutional prerogative to news as part of a communications ecosystem, occupied by a mix of formal organizations, informal collectives, and individuals” (Shirky, 2008, p. 65-66). Os seguintes exemplos ilustram bem como o jornalismo em rede opera segundo um funcionamento que se distancia das definições clássicas.

Murthy (2011) destaca as informações produzidas e publicadas por pessoas presentes em acontecimentos como o pouso forçado do voo 1549 da US Airways no rio Hudson em 2009 e a explosão de bombas em Mumbai em 2008. Se atos espontâneos e colaborativos via *smartphones* e Twitter não tivessem feito parte da cobertura desses eventos, não se teria o mesmo conhecimento daqueles fatos.

As redes sociais também tiveram um papel fundamental nos movimentos de resistência à ditadura no Egito que começaram em janeiro de 2011, que levou uma multidão às ruas. Para Zhuo, Wellman e Yu (2011), “social media enabled citizen journalists to circumvent the monopoly of state media, resist state censorship, broadcast personal experiences worldwide, and access alternative news sources.” (p. 8-9). Sem toda essa cobertura espontânea, as notícias sobre os acontecimentos teriam sido muito diferentes, como também o impacto nacional e internacional.

3 A convivência do gatekeeping com o gatewathing

A maior horizontalização presente no jornalismo em rede mudou a face do processo de produção de notícias, tipicamente verticalizado. Para Heinrich (2011), os veículos noticiosos tradicionais perderam o controle total sobre o conteúdo, sendo hoje apenas mais uma voz entre tantas no jornalismo em rede. Por outro lado, a autora adverte que esse fato não significa que as organizações midiáticas perderam por completo sua função de *gatekeeping*, como alguns chegam a defender. Há uma complexificação de todo o sistema e o que emerge são modos mais dinâmicos, flexíveis e diversificados de *gatekeeping*.

A colaboração com fontes alternativas ajuda os jornalistas a darem forma aos fluxos caóticos de informação. Assim, quanto maior a rede de colaboradores, melhor o resultado jornalístico. “Journalists then can play the role of the filterers of information who navigate their recipients through an increasingly complex information environment in which *networking* becomes an inevitable part of the job” (Heinrich, 2011, p. 78).

Fundamental para a teoria de *gatekeeping* é o poder de não apenas definir-se o que será noticiado, como também o que não será. A força política que daí decorre faz sentido em uma estrutura de poucas instituições noticiosas e de seu controle dos limitados fluxos lineares de transmissão em redes centralizadas.

A uniformidade da notícias nos tradicionais veículos noticiosos não é evidentemente produto de uma conspiração. Conforme Shirky (2008), essa padronização é fruto de um viés profissional. Ou seja, editores de diferentes organizações adotam os mesmos procedimentos diante das mesmas situações. Ao verificar que jornalistas seguem rotinas de produção semelhantes, dependem das mesmas fontes, e a própria convergência/fusão de redações e organizações, Deuze (2007) identifica o que chama de isomorfismo noticioso.

Irônico, Shirky (2008) afirma que a notícia era vista até recentemente como: a) eventos que respondem aos critérios de noticiabilidade; b) eventos cobertos pela imprensa. Em outras palavras, é o julgamento de um profissional de jornalismo que define o que é ou não notícia. Os canais da Web 2.0 e as redes sociais na Internet permitiram a ultrapassagem desse modelo. O autor defende que “news can break into public consciousness without the traditional press weighing in. Indeed, the news can end up covering the story *because* something has broken into public consciousness via other means” (Shirky, 2008, p. 64-65).

Tipicamente, em um cenário de escassez, o processo de filtragem antecedia a publicação. Hoje, contudo, Shirky (2008) afirma que a questão não é mais “por que publicar isto?”, mas sim “Por que não?”. O autor acrescenta que “The expansion of social media means that the only working system is publish-then-filter.” (p. 98). A partir desse encaminhamento, não se pode deixar de discutir o conceito de *gatematching*, proposto por Bruns.

Diferentemente da seleção profissional de quais acontecimentos cobrir e publicar na mídia de referência, em um cenário de abundância de informações e canais de expressão as pessoas passam a participar da filtragem do que interessa a suas comunidades de interesse. Além da seleção das notícias disponíveis em outros lugares, que podem ser passadas adiante

em sites de redes sociais, os próprios voluntários podem oferecer seus comentários em seus blogs e perfis no Twitter e Facebook.

Instead of firmly keeping the gates—that is, making a selection of what news will or will not be seen by audiences—journalists as well as others engaged in reporting and discussing the news (such as bloggers) can now only *watch* the gates through which information passes from news sources to the wider public, and can provide a suggestion of what they feel may be the most relevant news to their audience (knowing full well that many further news reports are also available to them). (Bruns, 2006, p. 15-16).

É importante reconhecer que *gatematching* não acaba com o *gatekeeping*. Na verdade, o que ocorre é uma convivência entre eles. Os resultados da pesquisa relatada a seguir demonstram esse fato.

Wu, Hofman, Mason e Watts (2011) buscaram avaliar “quem diz o quê para quem” (clássica formulação de Lasswell) no Twitter, através de métodos da análise de redes sociais e observando uma quantidade vultuosa de tuítes. Os autores comprovaram a fragmentação da atenção das audiências, diante da pulverização de produtores de conteúdos. Ao mesmo tempo, verificaram que apenas 0.05% das contas no Twitter são responsáveis por metade de todos os links compartilhados. Ou seja, mesmo que a grande mídia já não monopolize a atenção de toda uma massa, a rede não se tornou igualitária, já que alguns poucos *hubs* ainda exercem forte liderança. Além dos tuiteiros de “elite”, que acumulam quantidades muito altas de seguidores, os autores observaram que alguns líderes de opinião, dentre os tuiteiros “ordinários”, são responsáveis por passar adiante quase metade do conteúdo gerado pela grande mídia. Essa malha de intermediários bastante atenta aos veículos de referência, portanto, é de grande importância para os grupos midiáticos tradicionais, visto que uma pessoa comum recebe apenas 15% do conteúdo que consome no Twitter vindo diretamente da mídia.

Outro aspecto interessante avaliado por Wu, Hofman, Mason e Watts (2011) é a persistência de interesse que os links conseguem manter. Diferentemente das URLs tuitadas pela mídia, que logo deixam de atrair cliques, os links de blogueiros continuam a receber atenção com a passagem do tempo. Apesar de interpretações de que na Internet as pessoas lêem apenas textos curtos ou fragmentos de textos maiores, a pesquisa mostrou que grandes reportagens de revistas mantêm interesse continuado. Além disso, videoclipes clássicos e trechos de filmes permanecem sendo indefinidamente redescobertos por tuiteiros. Logo, as notícias “comoditizadas” da mídia têm consumo imediato e duração efêmera, enquanto o conteúdo fruto de *gatematching* e análises aprofundadas obtém atenção especial e prolongada na rede.

Para além das críticas preconceituosas ou defesas essencialistas, a interdependência entre todas essas fontes de informação, entre *gatekeeping* e *gatematching*, entre *hubs* e intermediários comuns contribui para a complexificação de todo o processo noticioso. E é sempre mais saudável e democrático para qualquer comunidade mais informação do que seu controle centralizado.

4 Transformações de *agenda setting* no jornalismo em rede

Da mesma forma que a abundância no contexto midiático desafia o processo de *gatekeeping*, a hipótese de *agenda setting* também exige atualizações: “the key problem for agenda-setting theory will change from what issues the media tell people to think about to what issues people tell the media they want to think about” (Chaffee and Metzger, 2001, p. 375).

Sobre esse debate, vale observar os resultados de uma pesquisa (Meraz, 2011) que avaliou o processo de *agenda setting* na comparação da cobertura de três acontecimentos políticos nos Estados Unidos em redes de blogs (seis de esquerda, seis moderados e seis de direita³), 2 grandes jornais (New York Times e Washington Post) e 11 blogs políticos de jornalistas nos sites destes periódicos.

Considerando que a mídia americana apresenta tendência à esquerda (o que, na ótica americana, corresponde à ideologia do Partido Democrata), Meraz (2011) concluiu que os tradicionais veículos jornalísticos vem perdendo sua força quanto à *attribute agenda setting*⁴. Os blogs de direita, vinculados ao Partido Republicano, mostraram claramente sua resistência às interpretações da elite da mídia. “Traditional media’s loss of singular influence at the issue interpretative level is a clear signal of the growing power of partisan social influence within networked political environments” (p. 120).

Tendo selecionado três acontecimentos e observado seu tratamento em todos os veículos da amostra, a pesquisa confirmou a hipótese de que a influência social pode ser percebida em uma *attribute agenda* unificada. Esse alinhamento de interpretações foi confirmado na rede de blogs de esquerda. Por outro lado, o mesmo não pode ser observado nos blogs da direita. Porém, antes de adotar a óbvia conclusão da falta de coesão entre os

³ Nos Estados Unidos, o Partido Democrata é considerado de esquerda, enquanto o Partido Republicano representa a direita. Evidentemente, a esquerda americana não corresponde ao que tradicionalmente se entende por esquerda no Brasil.

⁴ Conforme Meraz (2011, p. 109), “Second level or attribute agenda setting accords traditional media the ability to influence how the public interprets issues (McCombs, 2004).”

conservadores, o autor revela uma estratégia ainda mais sofisticada. Cientes de como a relevância é definida pela interligação em rede na web, os blogs republicanos deliberadamente evitaram mencionar os acontecimentos negativos vinculados à direita. A baixa publicação de *posts* sobre tais temas visou burlar os algoritmos dos mecanismos de busca que julgam popularidade e relevância pelo volume de menções e links, buscando assim diminuir a visibilidade do problema. Ou seja, o poder obtido pela retenção de informações, típico do *gatekeeping*, também tem efeitos no *gatewatching* à medida que blogueiros experientes e referenciais podem alterar resultados de busca, o que repercute no tráfego, atenção e conversações.

Diferentemente dos blogs partidários que apresentam laços mais fortes, Meraz tinha como hipótese que os blogueiros moderados apresentariam maior alinhamento com a mídia de referência. Contudo, o que observou foi que os laços fracos entre eles fomentou a busca de informações nas mais diferentes redes. Essa variedade de visões de mundo mostrou que a blogosfera moderada, no contexto dos Estados Unidos, envolve-se em conversações heterogêneas e é menos sujeita a ser guiada pela centralidade de grandes influenciadores. O resultado desta pesquisa específica dá suporte ao entendimento de Granovetter (1973) de que laços fracos viabilizam a diversidade de informações, dada as interações dos nós em grupos diversos, o que permite a circulação de visões diferenciadas entre eles.

5 Teoria Ator-Rede no jornalismo

Outra visão sobre redes que interessa a esta discussão sobre jornalismo é a Teoria Ator-Rede, que tem em Bruno Latour seu principal expoente. Esta perspectiva, considerada não-essencialista, traça um caminho inovador ao considerar a importância dos participantes não-humanos em redes heterogêneas. Esta teoria vai inclusive defender que os diferentes tipos de agência (tanto humanos quanto não-humanos) estão em um mesmo patamar, ou seja, não existem desníveis hierárquicos entre eles.

Latour (2005) faz uma crítica contundente ao que chamada de “sociologia do social”. Para essa perspectiva hegemônica é como se o “social” fosse um dado, uma coisa, a partir do qual se pudesse concluir todos os desdobramentos. A Teoria Ator-Rede (ANT), ou sociologia das associações (conforme terminologia também adotada por Latour), desacredita na possibilidade de uma matéria ou força social que esteja por trás dos fenômenos que possa os

explicar. Plesner (2009, p. 612) é uma das primeiras pesquisadoras a aplicar essa ontologia aos estudos de mídia e ao jornalismo:

The implication for media studies is that we cannot explain, for example, new media formats with reference to ‘globalization’, or editorial choices with reference to ‘the professional ethics of journalism’. Such abstract ‘social forces’ explain very little. From an ANT perspective, it is an empirical question how different actants create associations, and thereby tangible ‘real’ phenomena. The ‘sociology of associations’ sees the social as an outcome of associations, not as an explanation. Associations are made of various kinds of actors (human and non-human; e.g. a new CEO, a market analysis, a technology, a feeling) that relate to one another.

Cabe ao pesquisador buscar rastrear os laços que se formam e se quebram a todo momento entre os diferentes atores. Na verdade, a Teoria Ator-Rede vai preferir o termo actante (até para distanciar-se da sociologia tradicional, focada apenas em humanos) para se referir a tudo o que faz uma diferença no curso da ação. No contexto do jornalismo, Plesner (2009, p. 612-613) conclui que

(...) when we have a group of humans (an editor, a journalist, a source), it might look like we have a set of social relations – but we should not forget that their association depends on and includes (for instance) emails, editorial meetings, coffee, texts, and computer hardware.

Plesner (2009, p. 613) oferece outro exemplo esclarecedor do que se entende por ator-rede em jornalismo:

(...) a community of online journalists is intrinsically linked to computer hardware and broadband connections, and relations between reporters and sources might be dependent on texts such as reports, statistics, or the like. Instead of defining our focus in advance (on interpersonal relations, institutional factors, texts, or technologies), the idea is to forget about ‘levels’ of analysis and explore what actually happens in, for instance, newswork.

No cotidiano de um jornalista, ele utilizará com grande frequência ligações telefônicas, e-mails e buscas no Google para buscar informações, entrar em contato com fontes e colegas, etc. Ora, não se pode apagar a existência desses actantes não-humanos ou ignorar como eles alteram significativamente os processos. A partir da obra e do vocabulário de Latour, Plesner aponta que o e-mail é um mediador que conecta, por exemplo, jornalistas e sua fonte — e não um simples intermediário, que não acrescenta nada àquilo que transmite. A entrevista é alterada pela presença desse mediador e seria diferente se outro mediador estivesse presente.

6 Efeitos em rede

Não se pode levar ao extremo a ideia de perda de centralidade dos veículos jornalísticos de referência, a ponto de supor-se sua atual desimportância, tanto no que toca a seleção (filragem) dos acontecimentos a serem publicados quanto a produção de notícias.

Tampouco se deve pensar que todo cidadão tem o mesmo “peso” na rede que qualquer outro interagente ou organização jornalística. Se esse fosse o caso, estaríamos diante de redes igualitárias, onde todos os nós tem os mesmos número de conexões. Por outro lado, este trabalho trata de notícias em redes sem escalas. Segundo a definição de Barabási (2003), este tipo de rede é caracterizada por um número pequeno de nós (chamados de *hubs*) que recebe um número muito alto de conexões, seguindo uma lei de potência (*power law*). Mas, como se verá, a interconexão da grande quantidade de nós com poucos links pode gerar potentes efeitos em rede.

Diferentemente das tradicionais redes midiáticas centralizadas, no contexto das redes sem escalas uma informação pode ganhar relevância a partir da circulação gerada por uma imensa quantidade de nós. A distribuição da mesma tarefa entre muitos nós — mesmo que tenham poucas conexões mas que participem de diferentes subredes (o que facilita que a informação se espalhe) — consegue atingir uma disseminação de informações de grande envergadura. Em outras palavras, a capilaridade da interligação de muitos nós faz frente aos poucos mas poderosos pontos de irradiação em redes centralizadas.

Vale agora lembrar que as redes sem escalas tem nós com maior importância que outros. Em virtude de sua grande quantidade de conexões (links), esses *hubs* agem como catalisadores na propagação de informações. Essa capacidade, contudo, não depende simplesmente do número de links. No caso do Twitter, uma quantidade extraordinária de seguidores não representa necessariamente a garantia de uma disseminação rápida e continuada. À popularidade de um perfil no Twitter pode não corresponder o mesmo nível de reputação. Ou seja, mesmo que muitos leiam os tuítes daquele perfil, as mensagens não são interpretadas como necessariamente relevantes e merecedoras de retuítes. Outro fator importante é a “qualidade” dos seguidores. Se estes possuem poucos seguidores, pouco tuítam (basicamente consomem informações) ou têm baixa reputação, as mensagens do *hub* não conseguem ir além dessa repercussão inicial.

Quer-se agora mostrar como um cidadão comum muito conectado faz diferença no que toca o *gatwewatching* no jornalismo em rede. Edney Souza (<http://twitter.com/interney>) é um *hub* com grande capacidade de disseminação de notícias. Além disso, sendo conhecedor das dinâmicas das mídias sociais, ele planeja os horários em que enviará suas principais mensagens para o Twitter, buscando encontrar o maior número de pessoas atentas naqueles momentos. De outra forma, tuítes relevantes poderiam não receber boa repercussão (quantificadas como retuítes). No contexto

brasileiro, esse tuiteiro representa um nó de peso na rede, que passa a ter importância significativa no processo de circulação jornalística. Como cidadão bem informado, ele seleciona as notícias que lhe interessam e passa adiante para seguidores que compartilham interesses semelhantes (e por isso decidiram seguir-lhe). Essa interdependência entre grande organização jornalística e indivíduo pode parecer surpreendente sob o olhar antigo de um pesquisador da comunicação de massa.

A imagem a seguir compara dados das mídias sociais utilizadas por Edney Souza (indivíduo independente) e pelo portal G1, das organizações Globo. Mesmo que o último evidentemente tenha um número maior de seguidores, em virtude do poder massivo daquele grupo midiático, a importância de Edney enquanto *hub* (mesmo sendo um cidadão comum, desvinculado da grande mídia) foge completamente ao cenário tradicional das redes centralizadas.

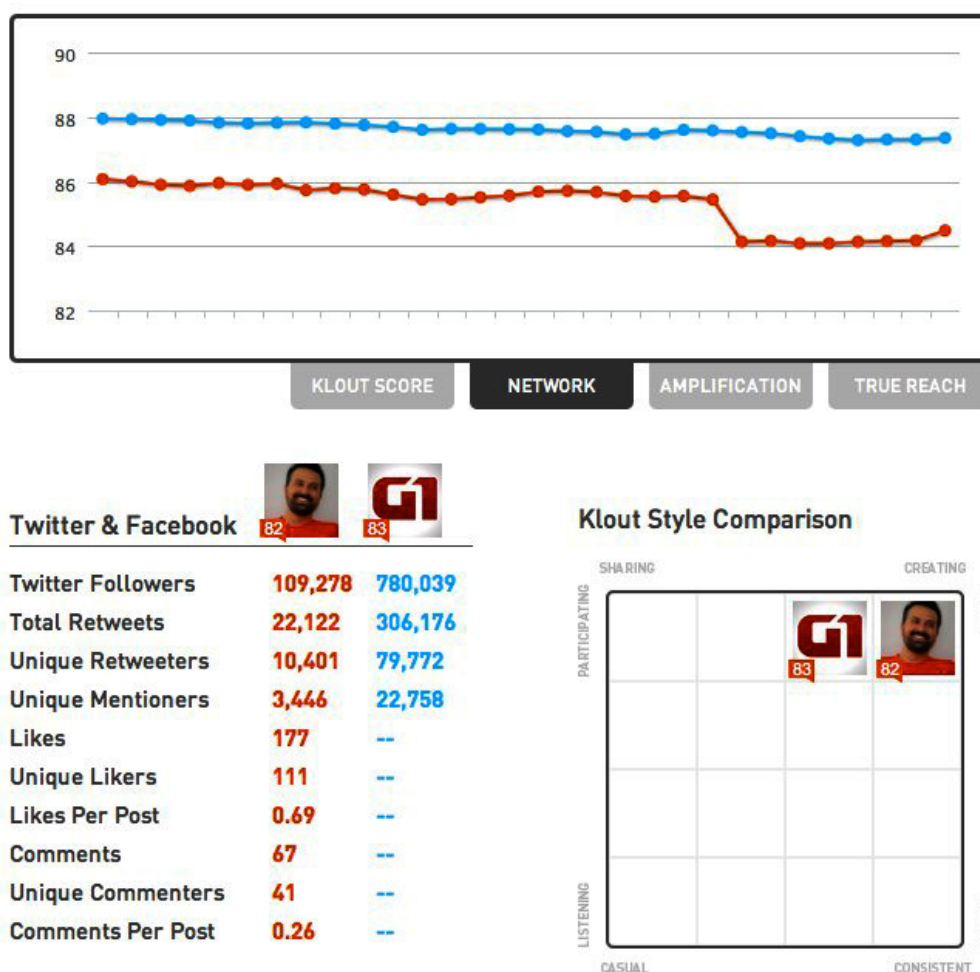


Figura 1: Comparativo da influência na rede entre Edney Souza e G1.
Fonte: Klout.com (acesso em 17/7/2011)

Como já defendi em outro lugar (Primo, 2008), o cidadão não se informa mais apenas através de veículos jornalísticos consagrados, nem aceita a definição de terceiros sobre o que é crível ou que tenha boa reputação. Um interagente na cibercultura consome toda e qualquer informação que tiver contato, segundo suas estratégias particulares de interação na rede. Além de sites jornalísticos, ele também se atualiza através de blogs, Twitter, sites de redes sociais (como Facebook), e-mail, etc. É ele que vai decidir que importância dar a cada veículo, sem que precise necessariamente avaliar se os produtores filiam-se a alguma organização jornalística. Sua visão de mundo emerge do cruzamento de todas essas informações, que formam o que chamei de **composto informacional midiático**.

Mesmo que as mídias sociais sejam competidoras dos veículos de referência, os últimos também dependem e lucram com a disseminação de suas notícias nas redes mobilizadas pelos primeiros. Conforme aponta Heinrich (2011, p. 181): “With the move into the online spaces potential users might visit, news outlets acknowledge the power of networked communication: They tap in to the opportunity of social networks where users can share the content they find the most interesting”.

Enfim, quer-se defender mais uma vez que as organizações midiáticas tradicionais não saíram de cena, mas sim desceram do palco central e agora colaboram e competem com vários outros atores, com os quais disputam pela atenção de múltiplas audiências.

7 Flipboard como “Daily Us”

O aplicativo Flipboard para iPad, que será agora analisado, demonstra a inter-relação entre organizações noticiosas, pessoas comuns, jornalistas; entre jornais online, blogs, Twitter, Facebook, etc. Através de uma bela interface (que imita a diagramação e o virar de páginas de uma revista) de excelente usabilidade e fácil navegação, o interagente pode acrescentar *feeds* de periódicos e portais, de tuítes e atualizações no Facebook de suas relações (laços fracos ou fortes), de posts dos blogs favoritos, de sua própria conta no Google Reader, de perfis em sites de imagens (como o Flickr) e de qualquer outra fonte que ofereça o recurso RSS. Ao arrastar com os dedos os ladrilhos que representam cada assinatura, o interagente pode organizá-los nas páginas conforme suas preferências e prioridades. Cada vez que se abre o aplicativo, automaticamente buscam-se atualizações

textuais e imagéticas de cada *feed* e páginas são montadas com essas informações segundo padrões estéticos da diagramação de revistas.

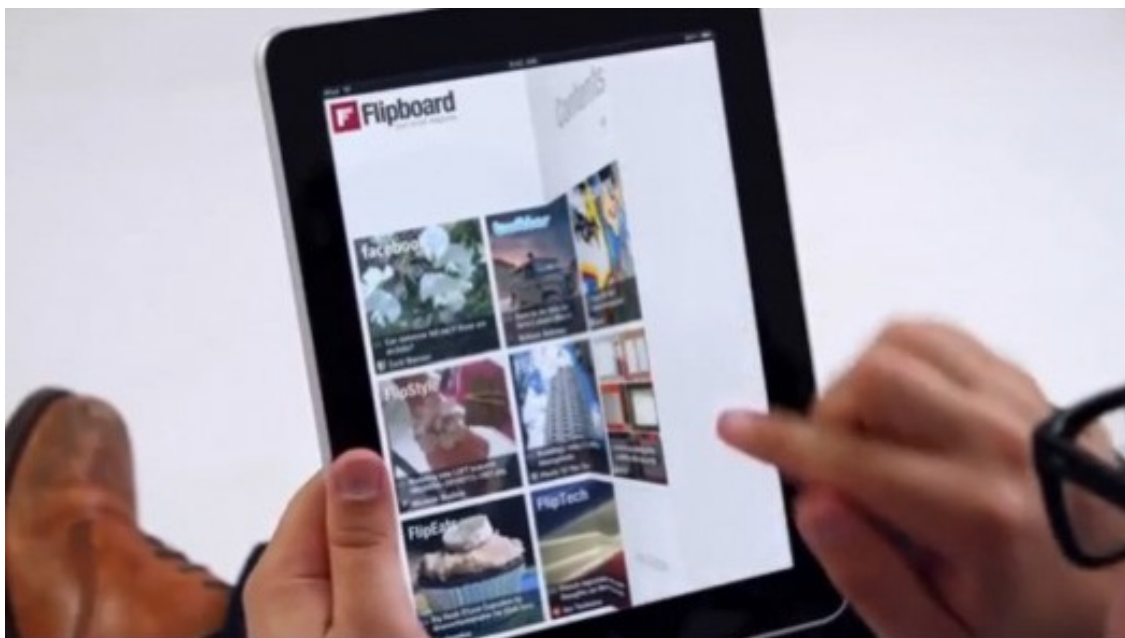


Figura 2: Interface do aplicativo Flipboard para iPad.

Ao navegar pelas páginas e clicar nos títulos dos textos ou nos links apresentados, o interagente consome informações de várias fontes: profissionais ou amadoras; de periódicos de renome ou de indivíduos desconhecidos; de grandes organizações ou coletivos alternativos; matérias de jornais online, posts de blogs, tuítes, links compartilhados no Facebook; vídeos do YouTube, *trailers* de cinema, imagens de grandes fotógrafos, fotos de parentes; etc. O aplicativo Flipboard, como se percebe, é a concretização em um só lugar do que se chamou acima de composto informacional midiático (Primo, 2008).

O interagente por vezes está atento sobre a procedência das informações (New York Times? Blog de um amigo?). Em outros momentos, visita links compartilhados sem que atente para quem publicou a URL nem para onde ela o levou. A redundância de títulos ou textos nos diferentes ladrilhos e em diversas páginas do aplicativo contribui para a percepção de relevância. E é através da confrontação das diversas notícias e opiniões que o interagente construirá sua visão de mundo sobre aqueles fatos. Ainda que todas as assinaturas incluídas no aplicativo tenham sido feitas segundo suas preferências pessoais,

alguns periódicos e certos indivíduos lhe despertarão maior interesse e percepção de credibilidade.

A convivência lado a lado de pessoas comuns, jornalistas, articulistas profissionais e portais jornalísticos nas páginas digitais do Flipboard, segundo a montagem criada a partir dos interesses particulares do interagente, demonstra a competição que se estabelece entre discursos, competências e instituições. A partir da vontade em manter-se bem informado, como também de divertir-se e interagir com parceiros e até desconhecidos, o interagente consome todas as informações que chegam até ele, segundo suas decisões de assinatura.

Ao fazer suas assinaturas, o interagente confia parte de suas decisões de consumo de informações a pessoas que segue em serviços como Twitter, Facebook e Google Reader, como também a jornalistas, relações públicas, celebridades e diferentes organizações (jornalísticas, de informática, de varejo, etc.). Ou seja, todos eles oferecem informações que poderão ser lidas pelo assinante. Ele mesmo, por seu turno, terá impacto no consumo informacional de terceiros que assinam as suas próprias publicações, conforme os conteúdos que ele compartilhar.

Nesta instância particular do Flipboard convivem modelos *push* (jornais “empurram” as mesmas notícias para toda a massa leitora) e *pull* (assinatura de *feed*), configurando um processo híbrido (*push/pull*) inexistente na comunicação de massa.

Sobre esses aspectos, a seguinte observação de Heinrich (2011, p. 81) a respeito de jornalismo em rede e *agenda setting* é provocativa: “Instead of the traditional push mechanisms with news organizations setting the daily information agenda of their audiences, users can pull their desired news dispatches and organize their very own personal news worlds”. Tal aposta, já concretizada de diversas formas na cibercultura, lembra o ideal projetado por Nicholas Negroponte em sua obra de divulgação “Vida Digital”, publicada em 1995. O *Daily Me* seria um jornal montado especificamente para uma determinada pessoa, que conteria apenas aquilo que lhe interessa. Johnson (2001, p. 159-160) critica o modelo pois elimina a variedade:

There’s no stumbling across a different point of view, or happening upon an interesting new field you knew nothing about—the *Daily Me* simply feeds back what you’ve instructed the software to find, and nothing more. It’s a mind-narrowing experience, not a mind expanding one.

O Flipboard poderia ser visto como uma realização do projeto *Daily Me*. Contudo, o modelo híbrido *push/pull* o diferencia do ideal de Negroponte. O interagente pode assinar o

RSS de pessoas e organizações (movimento *pull*) que fazem suas filtragens e enviam através de seu *feed* (processo *push*). Ou seja, tanto o *gatekeeping* institucionalizado, quanto o *gatewatching* voluntário e a produção independente de amigos e desconhecidos são “puxados” pelo Flipboard, segundo as assinaturas configuradas. Nessas condições, e aproveitando-se do que se chama de “sabedoria das multidões”, o Flipboard poderia ser visto como um *Daily Us*!

Como se viu até agora, além do modelo híbrido *push/pull*, existe no Flipboard a convergência de técnicas, de mídias, de processos produtivos, de linguagens, de narrativas, como também divergência de relatos, de opiniões, de discursos. Conteúdos chegam de muitas organizações, de laços fracos e fortes, de muitas “mídias sociais”, de localidades e tempos diferentes, como também são compartilhados com muitas outras redes através dos sistemas de envio de mensagens contidos no próprio Flipboard. Esse compartilhar pode ser feito através do Twitter, do Facebook, do e-mail, para destinatários específicos ou para toda a coletividade (Primo, 2007).

Se percebe nos parágrafos anteriores, e como nos lembra a ANT, que diversos actantes não-humanos participam do processo e alteram as atividades em andamento dos outros actantes, e condicionam a dinâmica do fenômeno. Neste caso, é preciso considerar o conjunto das associações que todos os participantes estabeleceram para que aqueles conteúdos chegassem até o Flipboard e que dele se direcionem para outros actantes a partir das ferramentas de compartilhamento do próprio aplicativo. Logo, sem actantes não humanos como recurso RSS, serviços da Web 2.0, Flipboard, iPad—apenas para citar alguns—a dinâmica e os efeitos seriam completamente diferentes, sendo que muitos processos nem poderiam existir.

Logo, a crise de modelos consolidados, de explicações e conceitos de jornalismo não se deve apenas a fatores como globalização e avanços tecnológicos (como quer Heinrich, 2011), ou por um espírito epocal e suas utopias libertárias. É preciso rastrear todas as associações estabelecidas (ainda que momentaneamente) entre actantes humanos e não humanos para que se possa compreender o que está acontecendo no jornalismo. O que não se pode aceitar são as perspectivas essencialistas que visam normatizar como o jornalismo deveria ser e que criticam ou ignoram o que fica de fora dessa cartilha indutiva e restritiva.

Referências

- BARABÁSI, Albert-László. **Linked**: How Everything is Connected to Everything Else and What it Means for Business, Science, and Everyday Life. Nova Iorque: Plume, 2003.
- BARDOEL, J.; DEUZE, M. **'Network Journalism'**: Converging Competencies of Old and New Media Professionals. *Australian Journalism Review*, v. 23, n. 3, p. 91-103, 2001.
- BRUNS, Axel. The practice of news blogging. In Axel Bruns e Joanne Jacobs (Orgs), **Uses of Blogs**. Peter Lang, 2006. p. 11-22.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade Em Rede** - a Era Da Informação: Economia, Sociedade E Cultura - Volume 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.
- CHAFFEE, S.H.; METZGER, M.J. The End of Mass Communication? **Mass Communication & Society**, v. 4, n. 4, p. 365-379, 2001.
- DEUZE, Mark. **Media Work** (Digital Media and Society). Polity, 2007.
- GRANOVETTER, M.S. The Strength of Weak Ties. *The American journal of sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.
- HEINRICH, Ansgard. **Network Journalism**: Journalistic Practice in Interactive Spheres (Routledge Research in Journalism). Routledge, 2011.
- JOHNSON, Steven. **Emergence**. Londres: Penguin, 2001.
- LATOUR, Bruno. **Reassembling the Social**: An Introduction to Actor-Network-Theory (Clarendon Lectures in Management Studies). Oxford University Press, USA, 2007.
- MERAZ, S. The Fight for " **How to Think**:" Traditional Media, Social Networks, and Attribute Agenda Setting. v. n. p. 2009.
- PLESNER, U. An Actor-Network Perspective on Changing Work Practices. **Journalism**, v. 10, n. 5, p. 604, 2009.
- PRIMO, Alex. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Galáxia** (PUCSP), v. 16, p. 43-59, 2008.
- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, v. 9, p. 1-21, 2007.
- SHIRKY, Clay. **Here Comes Everybody** : How Digital Networks Transform Our Ability to Gather and Cooperate. New York: Penguin Press, 2008.
- WU, S. et al. Who Says What to Whom on Twitter. *In: Proceedings of the 20th international conference on World wide web*, 2011, **Anais. ACM**, 2011.
- ZHUO, Xiaolin ; WELLMAN, Barry; YU, Justin. Egypt: The First Internet Revolt? **Peace Magazine**, Jul/Sep, 2011. p. 6-10.

Abstract

This paper debates how network journalism has transformed the production and circulation of news and processes such as gatekeeping and agenda setting through the interdependent action of ordinary people, journalists, organizations and digital technologies (such as blogs, Twitter, Facebook and Flipboard). Finally, an analysis is conducted about the interactions in the Flipboard application aiming to demonstrate how they promote the construction of what was called informational media mix.

Keywords

Network journalism, social network analysis, social media, Actor-Network Theory, Flipboard.

Recebido em 17/11/2011

Aceito em 30/11/2011