



Redes Sociais e Agendamento do Jornalismo¹

Sinaldo de Luna BARBOSA²

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente artigo busca iniciar um estudo acerca da interferência das redes sociais na internet, usando o aparato conceitual de Raquel Recuero, para avaliar a organização social da esfera pública e suas implicações na formulação da opinião pública, através das manifestações ocorridas no Brasil, organizadas e divulgadas em sites de redes sociais e que saíram do espaço virtual para tomar forma real nas ruas. Analisaremos como a efervescência dos movimentos surgidos nas redes sociais na internet, meio emergente atuando de forma global e pós-massiva, agendam o jornalismo e tornam os meios de comunicação como intermediários entre a esfera pública e a esfera política.

PALAVRAS-CHAVE:

Agendamento; ciberativismo; difusão de informação; redes sociais na internet.

INTRODUÇÃO

Para muitos e historiadores e cientistas políticos, junho de 2013 já pode ser considerado um marco na história do Brasil, surpreendido por uma série de manifestações organizadas principalmente por jovens, que surgiram através de mobilização na rede social Facebook e foram agenciadoras de pautas de toda mídia nacional, pedindo melhoras nos serviços públicos do país. Longe de querer analisar as manifestações sociais pela esfera político-econômica nacional, buscaremos discutir a interferência do ciberativismo na sociedade e o poderio das redes sociais como formadores de opinião pública e ferramenta geradora de grandes movimentos populares.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB, e investigador dos grupos de pesquisa Jornalismo e Mobilidade, pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, e Laboratório de Estudo dos Meios, pela UFPB. Email: sinaldo_luna@hotmail.com



As primeiras movimentações, oriundas do Estado de São Paulo, tiveram início logo nos primeiros dias do mês de junho e foram organizadas por jovens universitários do Movimento Passe Livre. O principal mecanismo de organização e divulgação dos atos contra o aumento, considerado abusivo, das taxas do transporte público foi a rede social na internet Facebook através da ferramenta de criação de eventos. Não demorou para que os mecanismos de compartilhamento e disseminação em rede fizessem com que o movimento tomasse proporções grandiosas e ganhassem as ruas de todas as capitais do Brasil e outras grandes cidades. As manifestações passaram também a não só reivindicar valores justos ao transporte público, mas tomou para si todos os serviços básicos, a corrupção, pedidos de reforma política e todas as causas sócio-político-econômicas que os manifestantes propusessem.

As ruas do Brasil tornaram-se caldeirões efervescentes como em poucos e decisivos episódios da história do país. Desta vez, os jovens saíram de movimentos organizados na internet e colocaram-se à disposição para “mudar o Brasil”. A grande mídia, surpreendida tão quanto a sociedade e a classe política, repentinamente viu-se quase que completamente agendada pelos movimentos surgidos das redes sociais na internet e posta em questionamento quanto aos paradigmas e linhas editoriais em prática. Talvez, seja cedo para corroborar com os cientistas políticos e historiadores que asseguram termos passado pelas maiores manifestações populares da história do país, mas é notadamente o principal episódio para fazer um recorte historiográfico e pensar a influência das tecnologias da comunicação e redes sociais digitais como agenciadores do jornalismo. Algo que, até então, só tínhamos visto no recente episódio conhecido como “A Primavera Árabe”, inicialmente resultando na derrubada do presidente egípcio Hosni Mubarak. Notadamente, viu-se em ambos os casos, a retirada das manifestações da realidade virtual e transportá-las para as ruas, através de grandes mobilizações.

2 Ciberativismo e difusão de informação nas redes sociais na internet

Através da série de manifestações que se espalharam por todo o país, vimos pela primeira vez a mobilização de milhares de pessoas, jovens em sua maioria, através da internet com o propósito de reforma no contexto social, possibilitando a prática do chamado ciberativismo.



De acordo com Vegh (2003, p.71), ciberativismo é a utilização da internet para organização e divulgação de movimentos politicamente motivados. Eles são propostos com o intuito de alcançar tradicionais metas ou lutar contra injustiças que podem ocorrer na própria rede (GURAK, LOGIE, 2003; MCCAUGHEY, AYERS, 2003).

O pesquisador André Lemos, em “Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea” assegura que as novas tecnologias de comunicação e informação surgem a partir de 1975, graças à fusão das telecomunicações analógicas com a informática, o que possibilitou a veiculação sob um mesmo suporte, o computador, de diversas formatações de mensagens (2004, p.68).

Diz o autor ainda que

essa revolução digital implica, progressivamente, a passagem do mass media (cujos símbolos são a TV, o rádio, a imprensa e o cinema) para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Aqui a circulação de informações não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos). (LEMOS, 2004, p.68).

De acordo com Santos (2011),

o ciberativismo chega ao Brasil em meados de 1990, com o avanço da internet e a entrada de ativistas políticos, sociais e ambientalistas na rede. Para os ciberativistas o uso da internet é um meio de “driblar” os meios de comunicação tradicionais, que na maioria das vezes não oferecem espaço para que a opinião pública se manifeste. Com isso a rede se torna um espaço “público” em que os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas ideias. Apesar de parecer muito simples, e de depender apenas de um clique, o ciberativismo - que nasce com a entrada de ativistas na rede -, vem com uma proposta de conscientização através da internet. Na maioria dos casos uma movimentação que começa na internet e acaba nas ruas. E para isso não basta apenas o ciberativista, mas o ativista “real” também. (SANTOS, 2011, p. 3).

O ciberativismo é capaz de oferecer um universo de ferramentas e mecanismos responsáveis pela organização e dinamização de causas sociais. Santos (2011), exemplificando campanhas propostas por ONG's, lembra que

com um clique é possível plantar uma muda de árvore no Brasil, assinar uma petição contra o desmatamento da Amazônia, enviar sua foto em uma campanha mundial contra o desarmamento ou organizar uma manifestação em praça pública de um milhão de pessoas (SANTOS, 2011, p. 4).

Para Henrique Antoun (2013),



Na história da militância política, a internet dos grupos de discussão vai inaugurar a política de vazamento como *modus operandi* para fazer chegar aos diferentes usuários de todo o mundo as informações privilegiadas sobre a situação social de regimes políticos fechados, a crítica a poderes econômicos e militares num contexto de bipolaridade mundial ou mesmo ser a base de sustentação da articulação política de movimentos feministas, ambientalistas e estudantis, amparados em torno de instituições não governamentais para organizar suas lutas ou para vazarem notícias que sofrem barreiras da censura política e econômica locais. O aparecimento do ciberativismo – numa versão hacker e comunitária - rompe com o próprio ativismo social que se realizava até então no campo da comunicação social. (ANTOUN, 2013, p.4).

O ciberativismo orquestrado pelo advento da internet e somado ao potencial de disseminação de informação oferecido pelos mecanismos das redes sociais na internet tem sido frequentes as mobilizações que surgem no universo virtual, tomam proporções grandiosas e ganham forma no mundo real. Para Cláudio Paiva (2013), “hoje as redes sociais permitem o enfrentamento do monopólio da comunicação pelas corporações e grupos econômicos, gerando estratégias sociocomunicacionais imprevistas” (PAIVA, 2013, p. 3).

Para Raquel Recuero (2009), as redes sociais são ambientes de ampla circulação de informação, que por sua vez são capazes de gerar mobilizações e conversações de potencial interesse jornalístico. Sucintamente, podemos, então, dizer que o material veiculado nos sites de redes sociais da internet, desde que não já tenham sido publicados por perfis da grande mídia, não deve ser considerado material jornalístico, mas, a partir da investigação criteriosa de um jornalista as informações ali contidas, com potencial jornalístico, podem pautar veículos comunicacionais e tornar-se material jornalístico.

3 O Agendamento do Jornalismo através das redes sociais na internet

Como assegura Raquel Recuero (2009), é notório o posicionamento das redes sociais na internet tendo papel de produção, filtragem e reverberação de informação com potencial jornalístico para determinados grupos e/ou indivíduos baseados em critérios e percepções específicas. As redes sociais, produtoras de elementos noticiosos, têm, então, um importante papel para o jornalismo no que tange ao chamado *gatewatching*. Elas, em si, de acordo com a autora, não produzem notícias, mas elementos que podem ser noticiados.



Para a pesquisadora, “é preciso aprofundar os estudos de como as práticas sociais de difusão de informação nas redes sociais podem impactar as práticas jornalísticas e em que medida essas colaborações podem acontecer” (RECUERO, 2009, p.13).

Sob essa perspectiva, observamos as maneiras pelas quais os *mass media* são agendados pelos elementos noticiosos oriundos das redes sociais na internet, no caso em estudo, pelas manifestações organizadas nessas plataformas virtuais que acabam por criar forma real e, desconsiderando seu teor sócio-político, com grande potencial de fazer repensar os paradigmas atuais da construção da notícia e do agendamento do jornalismo tradicional.

Para Cláudio Paiva,

Os cidadãos, usando as mídias e redes sociais, participam das transformações na economia, sociedade e política. A informatização planetária é um processo aparentemente sem sujeito, mas na era da comunicação em rede, convém reconhecer o empoderamento dos cidadãos conectados, o surgimento do netativismo e ciberdemocracia, conforme demonstram as ações ético-políticas do Occupy, Wikileaks e Anonymous. (PAIVA, 2013, p.2).

A partir da aceitação do poderio das redes sociais na internet na mobilização de manifestações sociais partimos para o ponto em que o jornalismo dos *mass media* são pautados pelos movimentos dessas redes tendo em vista que, como assegura Cláudio Paiva (2013) e Raquel Recuero (2009), as redes sociais na internet oferecem a habilidade e competências que nos possibilitam fazer filtragem, curadoria e monitoramento do material postado.

Diante de grandes acontecimentos sociais, tomando como exemplos as manifestações ocorridas no mês de junho por todo o Brasil, o primeiro grande desafio, em termos jornalísticos, dos *mass media* consiste em questões operacionais em relação à verificação das informações. O caldeirão efervescente de informações publicadas e replicadas em fração de segundos em sites de relacionamento aparece como um turbilhão de elementos muitas vezes com potencial noticioso que compete ao jornalista apurar o que de fato pode virar material jornalístico. Desta maneira, como afirma Zago (2013), a incorporação das mídias digitais ao jornalismo altera os mecanismos de produção de uma notícia.



Pouco ainda foi estudado acerca do agendamento do jornalismo através das redes sociais na internet, mas os poucos pesquisadores que se dedicaram a esse estudo, como VIS (2012), BRUNO (2011), BRUNS & LIANG (2012) e HERMIDA (2010; 2012) verificam a influência da internet em pautar os tradicionais meios de comunicação nos dias atuais.

4 McCombs, Lippmann, Teoria do Agendamento e a Opinião Pública

A Teoria do Agendamento, formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, tem suas bases firmadas no conceito de opinião pública formado por Walter Lippmann. O agendamento seria – nessa perspectiva teórica - o método pelo qual a mídia é agenciadora da pauta, determinando o que deve ou não ser noticiado (Teoria do Agendamento, McCombs) e como tal pauta interferirá na opinião pública (Lippmann). Teria, então, a mídia o poder de oferecer ao público o conteúdo que este supostamente necessita. Pressupõe-se que as notícias são como são porque os veículos de comunicação nos dizem em que pensar, como pensar e o que pensar sobre os fatos noticiados.

A Teoria do Agendamento assegura que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. Em suma, a mídia nos diz sobre o que falar, de certa forma, pautando nossos relacionamentos.

A hipótese da *agenda setting* não defende que a imprensa pretende persuadir. A influência da mídia nas conversas dos cidadãos advém da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura própria e critérios de noticiabilidade. De acordo com McCombs & Shaw, as pessoas tem tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo.

Os estudos relacionados à teoria o agendamento são norteados pela confluência entre a agenda midiática e a agenda pública. Para a teoria de McCombs, nossa rotina e nossas conversas são pautadas pelo proposto pela mídia, que seleciona o que julga importante e faz atingir a opinião pública.



Para Raquel Recuero, com o advento da mediação do computador, diversos elementos modificaram o contexto do jornalismo. “O lugar da mídia de massa, enquanto detentora do poder de informação passou a ser questionado” (RECUERO, 2011, p. 5).

No que tange ao processo das manifestações no Brasil, ficamos diante de um grande debate quanto aos verdadeiros agenciadores de pauta, responsáveis pelo grande número de manifestantes nas ruas das principais cidades do país e formação da opinião pública quanto aos protestos. Talvez, a partir do momento em que as manifestações eclodiram pelo país e a grande mídia pautou diuturnamente seus veículos com material sobre os protestos, tenha sido ela a principal reverberadora e responsável pelo aumento dos movimentos. Todavia, é inegável que a organização e divulgação inicial dos primeiros atos no Facebook embasaram toda magnitude e agendamento das manifestações.

Considerações finais

Com a efervescência das redes sociais na internet, assistimos ao aumento da quantidade de notícias que são construídas e pautadas sob os olhares dos jornalistas para perfis de personalidades e veículos de comunicação. É comum encontrarmos redações em que há jornalistas assumindo papel de *gatewatcher*, monitorando as redes sociais e estão atentos aos elementos noticiosos que possam ser aproveitados e mobilizados pela imposição das manifestações dentro da própria rede. O fluxo de publicações e replicações de determinados conteúdos movimentam a pauta jornalística e “abrem os portões” da redação.

Devemos considerar que não apenas a mídia, em tempos de emergência do meio digital, é agenciadora de pautas. Os mecanismos de aproximação e contato rápido com o público fazem das redes sociais na internet um grande agenciador midiático onde, apesar de ainda haver uma certa resistência pelos meios de comunicação tradicionais, a grande adesão da população aos veículos de comunicação digitais e frequentes questionamentos aos veículos tradicionais tem feito com que a perspectiva da Teoria do Agendamento se torne um tanto mais democrática, levando em consideração e participação do público as redes sociais na internet, a exemplo do contato gerado pelas *fan pages* no Facebook e os *trending topics* no Twitter, monitorador dos assuntos mais discutidos no momento.



Apesar do que muitos pensam e especulam, o jornalismo enquanto instituição, com concessões de valores que foram elaboradas na mídia de massa continuam persistentes na mídia digital. Mesmo com uma participação muito mais direta do público por parte dos veículos digitais, ainda são os veículos e instituições jornalísticas tradicionais que, de certa forma, asseguram a veracidade das notícias. Exemplo disso é que apesar do turbilhão de material veiculado pelas redes sociais, a segurança de uma informação, até mesmo pelos membros das redes é validada pela posterior divulgação da grande mídia. É a ela que os atores nas redes sociais na Internet recorrem para legitimar, dar credibilidade, organizar e filtrar informações para, talvez, o início de um novo ciclo de reverberação de elementos noticiosos e notícias.

REFERÊNCIAS

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ANTOUN, Henrique. **Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia**. In: Revista Famecos, Porto Alegre, nº16, 2001.

ANTOUN, Henrique e MALINI, Fábio. **Ontologia da Liberdade na Rede: a guerra das narrativas na internet e a luta social na democracia**. Revista da Famecos, Porto Alegre/RS, v. 17, n. 3, 2010, p. 286-294.

BRUNO, N. **Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events**. Oxford: Reuters, 2011.

BRUNS, A. **Vom Gatekeeping zum Gatewatching: Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet**. Journalismus im Internet:107-128, 2009.

GURAK, L. J. and LOGIE, J. **Internet protests, from text to web**. In: MCCAUGHEY, AYERS, M.D. (ed.).Cyberactivism: online activism in theory and practice. London: Routledge, 2003.

HERMIDA, A. Tweets and Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. **Journalism Practice**, v. 6, n. 5-6, p. 659-668, 2012.

LEMOS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008. 4ª ed.



LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**. Petrópolis: Vozes, 2009.

PAIVA, C.C. **O julgamento do mensalão e as redes sociais de interpretação. Pistas para uma hermenêutica da comunicação e cultura midiática compartilhada**. Salvador: COMPÓS, 2013.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

_____. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

VEGH, S. **Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank**. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. London: Routledge, 2003.

VIS, F. Twitter as a reporting tool for breaking news. **Digital Journalism**, v. 1, n. 1, p. 27-47, 2012.

ZAGO, G. **Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter** XXI Encontro Anual da Compós. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012.

_____. **Jornalismo como sistema de alerta: integração entre mídia social e impressa na tragédia de Santa Maria**.