

Sistemas de Circulação no Ciberjornalismo

Elias Machado

Os suportes, no mundo de hoje, são o sedimento de técnicas e objetos artificiais que recobrem a superfície da realidade física e social com que o homem tem contato.

Álvaro Viera Pinto, 1973

Mal um produto jornalístico fica pronto (jornal, revista, radiojornal, telejornal, noticiário para *web*) começa um dos maiores desafios existentes no jornalismo enquanto uma atividade industrial complexa: distribuir as informações pelos mais diversificados canais para que alcancem o máximo possível de pessoas. No ensaio *The natural history of newspapers*, Robert E. Park (1925) chegou a afirmar que a notícia somente ganha existência plena quando circula porque, para que possa se constituir enquanto um produto social, necessita ativar as relações entre os indivíduos, contribuindo para estimular o processo de conversação.

O caráter crucial da circulação para a disseminação social das informações exige que a definição do sistema de circulação seja uma etapa prévia ao lançamento de qualquer projeto jornalístico a fim de se evitar que, uma vez concluído o trabalho de produção, a informação disponível sofra restrições para chegar aos mais diferentes tipos de público. Nada poderia ser mais temerário para uma organização do que montar sofisticados sistemas de apuração e produção sem uma adequada contrapartida na circulação.

Até aqui, mais de 300 anos depois da defesa da primeira tese de doutorado em jornalismo (1690), a circulação é uma das áreas menos tratadas pela literatura especializada, com prejuízos para a compreensão da dinâmica do jornalismo como um complexo de sistemas integrados (apuração, produção, circulação e financiamento). A multiplicação de plataformas de disseminação de informações existentes no ciberespaço, ao mesmo tempo em que diversifica as possibilidades de difusão, aumenta os riscos de fracasso de projetos específicos, caso o sistema de circulação adotado desconheça as particularidades dos atores envolvidos e as características constitutivas das redes de circulação de informações demandadas pelas organizações jornalísticas nas sociedades contemporâneas.

Neste texto, partimos de uma breve discussão histórica sobre a distribuição no jornalismo para depois definir e descrever as especificidades dos sistemas

de circulação de informações desenvolvidos até o momento pelas organizações jornalísticas no ciberespaço. Em dez anos de existência como uma atividade aberta, que saiu dos restritos círculos acadêmicos ou militares, veremos como a disseminação de informações no ciberespaço depende cada vez mais de sistemas dinâmicos, múltiplos e inteligentes de circulação, em contraposição aos sistemas estáticos e centralizados, adotados nos primeiros anos pelos ciberjornalistas.

MUDANÇAS NOS SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO

Com algumas exceções (Park, 1955; Snyder, 1968; Bradsner, 1969; Morgaine, 1972; Epstein, 1974; Thorn; Pfeil, 1987), raros são os trabalhos dedicados aos sistemas edificados para a difusão de informações jornalísticas. Em textos publicados antes (Machado; Palacios, 1996, Machado, 1999; 2000; 2002; 2003) chamamos a atenção desta lacuna na bibliografia sobre jornalismo e buscamos como o fizeram alguns colegas de outros países (Hall, 2002; Deuze; Platon, 2003; Lara, 2004; Paul, 2005; Niles, 2005) identificar algumas das particularidades dos sistemas de disseminação adotados pelas organizações jornalísticas no ciberespaço.

A história do jornalismo revela que a incorporação de uma tecnologia acaba, muitas vezes, por estimular a abertura de oportunidades de negócio para as empresas, provoca profundas modificações na prática profissional e leva à diversificação das possibilidades de escolha de conteúdos jornalísticos da parte dos consumidores (Smith, 1980; Gordon, 2005). Nos anos 30 do século XIX, o aperfeiçoamento da tecnologia de impressão permitiu a produção de jornais diários, com altas tiragens, vendidos a baixos preços e financiados por publicidade, o que exigiu a contratação de repórteres e editores fixos.

Quase cem anos depois, o aparecimento de impressoras mais modernas e câmeras fotográficas garantiu as condições para o lançamento de revistas ilustradas, determinando a necessidade de incorporação de equipes de redatores, editores e fotojornalistas. Em relação ao rádio e à TV ocorreu uma situação muito semelhante à atual, com as organizações jornalísticas utilizando a tecnologia para criar e distribuir conteúdos muito antes da definição de um modelo de negócios, o que somente viria a ocorrer tempos depois com a adoção da publicidade (Gordon, 2005).

Como se trata de um instrumento chave de produção, circulação e de ação para a rede de disseminação de informações, inclusive antes da consolidação do *ciberespaço*, o jornalismo empreendeu um profundo processo de reestruturação para adaptar-se aos incipientes espaços nacionais e mundiais. Desde o começo da década de 1970, em alguns estudos (Morgaine, 1972) previam-se os possíveis ajustes no mercado de produção das empresas jornalísticas. O trabalho do diário de grande

tiragem nos anos 1980 para contra-atacar a competição dos meios eletrônicos se baseava em cobrir de modo sistemático o mercado e se desenvolver em função das circunstâncias espaciais.

Para aproximar-se aos consumidores em todas as etapas do processo produtivo fazia-se imprescindível descentralizar as estratégias de difusão do jornal, vinculando-as à evolução da demanda em cada ponto específico do território. A descentralização possibilitaria aplicar uma nova concepção das redes de distribuição, planificadas como um componente da política geral de previsão da gestão empresarial. Em contraste com o centralismo histórico que favoreceu a expansão dos meios localizados no entorno das capitais nacionais ou estaduais, a evolução e a difusão dos diários de grande tiragem nos anos 1980 incorporaram as diversificações do meio circundante.

A mutação tecnológica que possibilitou a diversificação dos parques gráficos estimulou a vocação regional dos diários nacionais através da descentralização dos conteúdos. Mediante a impressão simultânea em pontos diferentes, a empresa jornalística ao mesmo tempo reforçou as relações com o mercado original (com aumento da cobertura local) e sentou as bases para sua contínua expansão em todo o território nacional. Como nestas operações para descentralizar a produção dos jornais a meta prioritária era a ocupação espacial do mercado, o objetivo do sistema de distribuição consistia em que o produto chegasse às mãos dos leitores antes dos concorrentes. Para a empresa jornalística, o diário de grande tiragem constituía-se de um produto de consumo e cada cidadão representava um comprador potencial. O diário, do mesmo modo que os programas jornalísticos convencionais de rádio e televisão (em contraste com as publicações digitais), não era armazenável por um longo período devido à perda de atualidade e, como tal, condicionava a eleição dos circuitos de distribuição à capacidade de facilitar uma comodidade de aquisição ou difusão máximas (Morgaine, 1972).

A constituição dos telejornais em rede desde o começo dos anos 1960 nos Estados Unidos antecipou a política dos diários de cobertura ao largo de todo o território, com significativas conseqüências para o modelo de produção e distribuição da notícia (Epstein, 1974). Com os telejornais em rede nasceu o conceito de notícia nacional, antes impensável. De certo modo, qualquer ocorrência pode ser transformada em notícia nacional através da associação de um conjunto de casos ao redor de um mesmo tema. Um produtor do *NBC News*, por exemplo, transformou a abertura do metrô de Cleveland em uma notícia nacional ao associá-la a imagens das obras nos metrôs de Chicago e São Francisco e apresentá-las como um relato sobre os transportes no país.

Na rádio, a expansão do formato notícias 24 horas desde a metade da década de 1980 reavivou a antiga modalidade das cadeias nacionais, com emissoras

associadas distribuídas em todo o território de cobertura (Meditsch, 1999). O dispositivo das cadeias em certa medida reduz as vozes locais, uma vez que durante uma considerável parte do dia transforma as emissoras afiliadas em simples retransmissoras de uma mesma programação centralmente produzida. É bem verdade que, como a estruturação do fluxo discursivo da rádio necessita pactuar de alguma maneira com a variedade espacial, por uma parte, com o objetivo de constituir uma audiência nacional para a programação jornalística, a definição das pautas toma o país ou o estado como referência, e por outra parte, cada afiliada dedica determinados programas para a difusão de notícias locais.

É curioso como a difusão por satélite supôs um duplo movimento de centralização e descentralização no jornalismo. Nos meios eletrônicos, reduziu os custos com os sistemas de transmissão por microondas e revitalizou as cadeias, enquanto que, nas publicações em papel, a redistribuição dos parques gráficos significou um aumento do controle da imprensa regional pelas empresas de corte nacional. A descentralização da produção é uma parte do processo contínuo de concentração do controle e da gestão da distribuição nas empresas jornalísticas. A verdade é que, ao final, a concessão aos conteúdos locais é um fator de uma política de difusão dos conteúdos agendados pelos meios nacionais.

Para as empresas jornalísticas, os sistemas de distribuição são concebidos em função das sucessivas mutações do território no transcurso do tempo. Como vimos, o centralismo da imprensa, da rádio e da televisão fez parte de uma estratégia política de consolidação do território nacional. O lançamento dos telejornais nacionais na televisão brasileira contou com o apoio dos ditadores militares (Mattos, 1982). Em muitos países como nos Estados Unidos, por exemplo, a legislação impõe uma quota mínima de notícias nacionais nos meios eletrônicos. No caso francês, respondeu a uma necessidade nacional e européia de desenvolver a vida regional e das províncias (Morgaine, 1972).

Com a constituição das redes digitais, acentua-se pelos quatro cantos do mundo a função exercida pelos sistemas de circulação de notícias como ativadores de espaços sociais. A agência *Reuters*, por exemplo, tomou parte no desenvolvimento da tecnologia para criar o mercado eletrônico mundial. O sistema de compra e venda de ações *on-line*, em que se podem fazer investimentos em tempo real e que representam 33% das receitas da empresa, difere muito dos serviços tradicionais da agência (Boy-Barret; Ranthanen, 1997). No ambiente que enlaça os especuladores dos quatro cantos do planeta ao mesmo tempo, a *Reuters* edifica o espaço onde se faz possível estabelecer as transações e supre as notícias para orientar os investimentos no mercado financeiro mundial.

Como se fosse por um capricho da natureza, na medida em que o sistema de distribuição de notícias das empresas jornalísticas se implanta em uma comunidade, passa a deter o poder de fixar ao largo do território o tempo e o espaço hegemônicos. A hora do telejornal, por exemplo, encarna um ritual litúrgico. Como uma espécie de dispositivo que ativa o espaço e o tempo hegemônicos, o sistema de circulação de notícias, de certo modo, dita o ritmo das intervenções das pessoas na esfera pública. A rede de circulação de notícias, portanto, é mais do que os pontos de venda, um simples caminho ou via de acesso para distribuição de dados ou publicações porque atua como um instrumento que autoriza os contatos entre os atores sociais localizados em lugares remotos.

O que surpreende é ver como, muitas vezes, na definição dos meios como fontes emissoras, o circuito de distribuição de notícias (imprensa, rádio e televisão) ganha a forma de canais por onde se transporta uma determinada mercadoria às bancas ou às casas das pessoas. Como se costuma considerar os sistemas de circulação somente pelos elementos estáticos inerentes à função instrumental de comercialização da notícia acaba-se por se esquecer dos aspectos dinâmicos, manifestados através das relações ativadas e mantidas na área conformada ao redor de cada meio e do sistema de comunicação como um todo em determinado período.

A aparente condição do mercado como um produto natural da demanda oculta a condição instável e volátil do pacto fiduciário dos meios com o público, o que requer uma permanente reativação por parte das empresas jornalísticas. Como a transmissão se apresenta como a totalidade da atuação dos meios, fazendo a paráfrase de Alsina no tocante à produção, poder-se-ia dizer que o espaço social constituído pelas redes de circulação de notícias é a face oculta da lua (Alsina, 1987).

É uma caracterização imperfeita reduzir o sistema de circulação aos pontos de venda porque é como tentar decifrar os segredos do corpo humano pelas particularidades do esqueleto. A identificação dos modos de funcionamento destes mecanismos complexos exige uma atualização do conceito de distribuição no campo do jornalismo até aqui utilizado de modo acrítico como sinônimo de circulação. No próximo tópico partiremos da distinção entre distribuição e circulação para discutir as particularidades dos sistemas de disseminação de informações no jornalismo.

DIFERENTES SISTEMAS DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Neste trabalho adotaremos uma distinção entre os conceitos de distribuição e de circulação porque cremos ser essencial descrever os diferentes sistemas utilizados para disseminar informações jornalísticas em cada período histórico.

Como o próprio termo define, um sistema de distribuição opera de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega das informações ao consumidor final. Muito mais flexível, um sistema de circulação funciona sem necessidade de uma hierarquia rígida, adota a descentralização como modelo padrão e tem como objetivo principal a disseminação das informações produzidas nestes diferentes centros. Um simboliza a apologia ao consumo enquanto o outro simboliza a apologia da participação.

Convém lembrar que nenhum destes sistemas apresenta em si mesmo características capazes de centralizar ou descentralizar o processo de produção e disseminação de informações e tampouco resulta de determinações tecnológicas. Na verdade, os sistemas de produção e disseminação de informações são edificados pelas organizações jornalísticas em conjunto com os demais atores deste processo complexo, dentro das possibilidades tecnológicas, econômicas e culturais de cada sociedade para atender às demandas sociais de conhecimento sobre a atualidade. Como demonstra a descentralização dos parques gráficos para a impressão de jornais no final do século passado e como veremos no próximo tópico em que discutiremos diferentes modelos em desenvolvimento no ciberespaço, dependendo das circunstâncias, um sistema pode ser mais ou menos centralizado, mais ou menos flexível.

Uma rede de distribuição de periódicos supõe a organização de um conjunto de pontos de venda para alcançar os leitores a cada novo dia. Como o custo médio de distribuição significa mais de um terço do preço de venda do exemplar, a manutenção de departamentos de distribuição de publicações sacrifica as finanças das empresas e acaba por estimular a cooperação entre as organizações jornalísticas. Neste caso, a descentralização da impressão representa um esforço para cortar gastos em transporte ao mesmo tempo em que reforça a presença institucional da publicação nas distintas regiões de um determinado território.

O sistema de distribuição de uma empresa jornalística, que tem como coluna vertebral a rede de pontos de venda, agrega um conjunto de partes em que cada nó acrescentado se articula com a matriz, exigindo uma atualização contínua na estrutura da organização. O artifício de imprimir conteúdos locais, por exemplo, é uma operação que, ao assinalar a vontade do sistema de distribuição de incorporar os membros da coletividade, afeta a cadeia produtiva do periódico. Como o conjunto das partes se associa por meio de relações voláteis, um jogo sutil comanda as conexões entre os envolvidos neste processo complexo no transcurso do tempo. Em longo prazo, a continuidade ou a morte dos sistemas de distribuição de notícias em cada lugar depende do saldo entre adesões, oposições e frustrações de expectativas existentes entre os diversos agentes relacionados.

Como a estrutura dos sistemas de circulação de notícias é fluida e condicionada pelos sucessivos enlaces entre os membros, a empresa jornalística que representa a parte atemporal da rede deve solidificar o potencial de conexão das pessoas. O sistema de circulação de notícias mantém uma relativa autonomia e está dotado de uma regulação própria que transforma em ordem funcional os ruídos provenientes do exterior. A estrutura mutante dos sistemas de circulação supõe uma estratégia que incorpora uma ordem na desordem por meio de uma adaptação contínua ao meio circundante.

Nos sistemas de circulação de notícias, a ausência de uma estrutura definida que poderia engendrar um limite cabal a uma atividade sistemática acaba por ser a fonte de toda estruturação possível. Como nem o mercado nem as redes de circulação são entidades com vida prévia às relações estabelecidas e a ativação do circuito pela empresa jornalística constitui sempre um passo em falso, existe a necessidade de se recorrer a mecanismos como a credibilidade dos meios ou cifras de audiência para ao mesmo tempo cristalizar o espaço e impedir que toda a construção seja destruída devido à desarticulação entre os participantes deste pacto fiduciário.

Como a arquitetura dos meios reflete as relações de poder em uma determinada sociedade, o modelo de constituição tanto dos sistemas de distribuição quanto o de circulação de notícias varia e, dependendo do jogo de forças envolvidas, pode assumir conformações simétricas ou assimétricas. Contrário ao que se costuma pensar, não é a tecnologia que determina a estrutura dos sistemas de circulação ou distribuição, mas os tipos de gestão dos meios ou de relação entre os jornalistas e os usuários é que são determinantes para a adoção de certo tipo de sistema de circulação ou distribuição de notícias em detrimento de outras alternativas.

O jornalismo na forma de publicações destinadas a audiências massivas, embora pudesse adotar formatos mais interativos com os membros do público, supõe a distribuição linear das notícias por meios centralizados para coletividades de leitores, ouvintes ou telespectadores. Como a habilidade para controlar o fluxo repousa totalmente nos jornalistas, o resultado é uma assimetria na divisão do poder social nos atuais sistemas de disseminação de informações jornalísticas. Os complexos sistemas de produção massiva de notícias estão estruturados de uma maneira que requerem ao mesmo tempo, por uma parte, uma grande especialização e diferenciação, e, por outra, que o processo de circulação da notícia seja concebido como um sistema de distribuição de dados previamente manufaturados.

A divisão do poder social se manifesta no grau de controle que cada instância tem sobre os dados em estado bruto. Na cadeia produtiva, a diferenciação se dá por uma dupla diferenciação de funções: no nível interno, entre os jornalistas

divididos entre repórteres, redatores ou editores – uma diferenciação que se flexibiliza no ciberespaço, enquanto que no nível externo pela demarcação de fronteiras entre produtores e consumidores de notícias.

Como o leitor, o telespectador, o ouvinte e, em muitos casos, o usuário, como veremos adiante, recebem somente uma dose diluída dos dados concentrados na forma de notícias publicadas, emitidas ou disponibilizadas. Na era dos meios massivos e inclusive de certo tipo de personalização, de um modo distinto que nos primeiros tempos da imprensa, ampliou-se a distância social entre os produtores e os consumidores de mensagens. Com o desenvolvimento dos meios massivos, o controle de qualidade da produção no jornalismo reforçou a função do público como uma audiência e assumiu largamente a forma de especialização dos profissionais em consonância com um aumento da complexidade do sistema jornalístico como um todo.

Nas redes conformadas pelas empresas jornalísticas o espaço se modula pela tecnologia que comanda a tipologia e a funcionalidade dos sistemas de distribuição ou de circulação de notícias. Enquanto a produção da notícia supõe sempre um lugar específico, tanto a distribuição quanto a circulação supõem uma extensão espacial. Como o processo produtivo direto é adequado ao lugar e a circulação e a distribuição à extensão, as duas instâncias do trabalho jornalístico no espaço são unificadas por meio da tecnologia no transcurso do tempo.

A evolução tecnológica que marca as etapas do processo de trabalho e as relações sociais assinala, ao mesmo tempo, as particularidades dos sistemas tanto de distribuição quanto de circulação de notícias. É em consideração às funções do espaço e dos processos em que as redes são ativadas no tempo que um sistema jornalístico se distingue dos outros. Como ao longo do tempo um sistema de disseminação de informações atua em consonância com um sistema de técnicas, o aparecimento dos satélites digitais supôs para as agências de notícias, por exemplo, novas formas de ações e funções dentro do ecossistema jornalístico nas sociedades contemporâneas. De vendedoras de informações no atacado, as agências passam a atender demandas específicas em nichos de mercado.

Como um produto provisório da teia de relações de formas espaciais em princípio virtuais, um sistema de distribuição ou de circulação de notícias atualiza de modo sucessivo a contradição entre um presente invasor e ubíquo que nunca se realiza completamente e umas reminiscências do passado objetivadas nas formas sociais e nas formas geográficas encontradas (Santos, 1996). Quando um sistema de circulação ou de distribuição de notícias atua sobre o espaço, não o faz através de um meio isolado, mas como um conjunto de meios, nos quais as formas e os

conteúdos de uns são determinados pelas articulações com os demais. A definição das funções das empresas jornalísticas e a constituição do espaço são assim ações contínuas e simultâneas.

As redes integrantes dos circuitos por onde passa a notícia são partes do espaço mundial articulado pela divisão internacional do trabalho. Na divisão territorial do trabalho, a totalidade da mercadoria notícia aparece distribuída social e geograficamente entre diferentes tipos de meios. Graças às sucessivas intervenções das organizações jornalísticas e dos atores políticos e sociais, somente uma pequena porcentagem dos recursos disponíveis enriquece todo o dia as constelações de dados do sistema mundial. Como o espaço total reúne todas as formas locais e fora dos lugares, as empresas jornalísticas são abstrações. O valor real de cada uma e das notícias das áreas particulares depende de sua qualificação geográfica e das conexões que cada qual engendra por localizar-se em um dado lugar.

Enquanto que, nos sistemas de distribuição de informações, as notícias simultâneas sobre acontecimentos distantes são idênticas para os membros de uma mesma audiência, a arquitetura dispersa das redes digitais multiplica as sucessões espaciais virtuais em conformidade com as expectativas individuais das pessoas dos distintos lugares. A natureza aberta da navegação nas redes digitais multiplica de forma exponencial a circulação unificada como notícias dos eventos remotos porque o tempo do conhecer e o conjunto das ações sincrônicas são, ao menos em parte, variáveis dependentes das eleições dos usuários. No próximo tópico veremos as particularidades dos modelos de circulação em desenvolvimento no ciberespaço.

MODELOS DE SISTEMAS DE CIRCULAÇÃO NO CIBERESPAÇO

Os sistemas de circulação ou de distribuição de notícias podem ser estáticos ou dinâmicos. Os sistemas dinâmicos têm como característica essencial ir ao encontro dos consumidores das informações, enquanto que nos estáticos o interessado necessita ir à busca das publicações para poder ter acesso às notícias. No primeiro caso, um bom exemplo seria a venda na rua das publicações, a entrega dessas em casa aos assinantes ou os serviços de envio de notícias por correio eletrônico. Já no segundo teríamos a venda em banca, a disseminação de notícias em emissoras de rádio e televisão em horários pré-determinados ou a disponibilização das informações em portais em que o interessado deve ir até o local de venda, sintonizar a emissora de rádio, o canal de televisão ou acessar o portal.

Dos diferentes modelos utilizados até aqui identificamos um predomínio na primeira fase, que vai de 1995 a 1998, dos sistemas estáticos; o desenvolvimento de sistemas dinâmicos centralizados e descentralizados a partir de 1999 e a multiplicação

de sistemas ancorados em tecnologias dinâmicas e descentralizadas desde 2004 (Gillmor, 2004). Como os diferentes tipos de modelos são cumulativos e podem coexistir, sendo eleitos de acordo com as demandas concretas das organizações jornalísticas e as possibilidades técnicas, econômicas e culturais de cada lugar, a classificação apresentada, mais do que identificar modelos existentes em uma determinada sociedade, atende a um propósito analítico.

Na primeira fase, raras vezes o mecanismo empregado estava em condições adequadas para promover a substituição dos modelos tradicionais por um sistema de circulação compatível com um jornalismo descentralizado (Machado; Palacios, 1996). O envio de notícias personalizadas por correio eletrônico, por exemplo, com notícias atualizadas e selecionadas de acordo com as preferências dos usuários, toma como padrão as redes de televisão nas quais um centro emissor distribui os dados para vários pontos, o que, talvez para os propósitos de uma relação simétrica, seja pouco conveniente, uma vez que o acesso a um grande número de reportagens reduz a capacidade de produzir e eger conteúdos através da navegação pelas páginas de notícias do ciberespaço.

Em qualquer das frentes de atuação dos grupos jornalísticos, dos envios de notícias por correio eletrônico aos programas especiais de entrega de conteúdo, o mais notável, como ficava evidente no nome da tecnologia então utilizada – *push*, é a preocupação em enviar notícias personalizadas aos usuários em vez de estimulá-los a buscá-las no ciberespaço ou assumir alguma função no processo produtivo. Em que pese o incerto das previsões, tudo indica que, em longo prazo, uma tecnologia que empurra notícias tenha mais interesse pelo fato de representar uma determinada filosofia de circulação da notícia do que por sua contribuição ao desenvolvimento de redes simétricas (Machado, 2000).

O que acentua as limitações destes serviços de entrega de notícias por correio eletrônico é que somente se pode receber uma reserva previamente empacotada pelos meios, enquanto que um sistema que aproveite a virtualidade espacial fugiria ao predeterminado para estimular um processo criativo descentralizado. Na operação de envio de notícias, a maior parte das tarefas corresponde a um programa de computador que organiza as informações dentro de um universo finito de possibilidades. A incorporação de uma lógica simétrica ao processo supõe que se conceba a produção da notícia como uma sucessão indeterminada de ações cooperativas entre os usuários do sistema que atualizam o espaço e os eventos.

Logo, se consideramos que as tecnologias de envio de notícias aos usuários são uma espécie de extensão do velho modelo de comunicação centralizado, soa temerária a atitude de defini-las como uma ferramenta a mais entre tantas outras

à disposição das pessoas. A questão nem sequer é especular se, no futuro, o mecanismo pode mudar os hábitos de navegação das pessoas, mas calcular os riscos prováveis para o fato de a cultura das redes jogar todas suas fichas em um serviço de entrega de conteúdos. O que se pode deduzir da experiência de envio de notícias por correio eletrônico é que o ciberespaço por si só não significa a superação imediata do modelo de produção vertical no jornalismo.

Mais de cinco anos depois da adoção das tecnologias de envio de notícias, em trabalho que estuda a notícia audiovisual, Nogueira (2005) identifica três tipos de mecanismos de circulação das informações no ciberespaço: TV aberta com presença *on-line*; WebTV e canal de conteúdo em vídeo. Destas três formas de transmissão de notícias audiovisuais apenas os canais de conteúdo em vídeo oferecem dispositivos capazes de fazer a informação em vídeo circular pelo espaço navegável. Neste caso, o material produzido transita pelo ciberespaço seja através de *e-mails* que os próprios usuários trocam entre si ou através de boletins periódicos que o veículo envia aos usuários cadastrados, transformando a notícia audiovisual em um produto dinâmico que vai até o usuário. Em contrapartida, na TV aberta *on-line* e na WebTV, o usuário necessita mover-se em busca das informações de que precisa porque a notícia – ainda que atualizada de forma contínua – fica estática no banco de dados (Nogueira, 2005).

A dinamização dos conteúdos pode dar-se de forma centralizada ou descentralizada. A primeira ocorre quando o usuário procura a organização jornalística e faz as opções do tipo de material que deseja receber periodicamente através de *e-mail*. A segunda ocorre quando os próprios usuários enviam entre si estes conteúdos ou quando são utilizadas tecnologias de compartilhamento de informações, capazes de aumentar a produtividade da circulação (Nogueira, 2005). Os sistemas dinâmicos e descentralizados são muito mais aconselhados às características da estrutura reticular do ciberespaço, formada pela articulação de múltiplos centros de produção. Ocorre que, na condição de subsistema de um sistema mais amplo de produção de informações, o sistema de circulação acaba sendo condicionado pelas próprias limitações dos sistemas de produção existentes, por enquanto muito dependentes de modelos centralizados.

Depois de dez anos de existência o ciberespaço experimenta, neste momento, uma variedade de formatos de produção participativa de conteúdos. Gillmor (2004) elaborou uma ampla resenha destas experiências, descrevendo as profundas conseqüências deste fenômeno para a prática do jornalismo. Entre as aplicações mais interessantes para ativar sistemas de circulação descentralizados está o RSS, uma espécie de agregador de conteúdos, que possibilita a recuperação imediata de informações previamente definidas pelos usuários e o Feedster, um indexador de

arquivos RSS, que possibilita um retorno imediato sobre o conteúdo publicado no ciberespaço. Para Gillmor, o jornalismo participativo exige o contínuo desenvolvimento de novos instrumentos, muito mais complexos que o RSS, que poderão ser utilizados pelos participantes destes processos descentralizados para buscar, organizar, produzir e circular as informações (Gillmor, 2004).

A natureza dos processos de circulação varia de acordo com o tipo de produto cultural, as especificidades dos usuários e as particularidades das relações de produção de cada sociedade. Uma importante questão na indústria jornalística é identificação da estratégia adequada para circulação das informações em conformidade com estes três aspectos. A questão é em que medida a circulação pode ser otimizada para melhor capitalizar a incorporação dos usuários na produção dos conteúdos da indústria jornalística como um sistema complexo de intercâmbio compartilhado de informações. A principal premissa destas decisões é que a estratégia adequada de circulação necessita prever que a informação seja uma espécie de espaço de mediação que permita o aumento das conversações e estimule as ações produtivas dos envolvidos no sistema de relações, articulado ao redor de uma determinada organização jornalística. (Finn; Mcfadyen; Hoskins, 1994)

A caracterização dos sistemas de circulação de informações jornalísticas depende da forma como os usuários são incorporados nos processos produtivos. As funções do usuário podem variar, indo da produção e consumo até ao simples consumo. Nos sistemas mais simples, o usuário somente consome as informações produzidas pelos profissionais enquanto que nos sistemas mais complexos o usuário tanto colabora na produção quanto consome as informações. A natureza do produto que circula nestes sistemas – a informação jornalística – possibilita que, em função do tempo de consumo, um mesmo fato possa ser compartilhado com diferentes tipos de público, utilizando redes de circulação distintas. Uma notícia sobre a aquisição de uma empresa de alta tecnologia, por exemplo, pode ser divulgada em diferentes tempos por diferentes canais, atingindo públicos mais ou menos especializados em maior ou menor tempo. Tudo porque este tipo de notícia, que pode ser entregue ao cidadão comum no ciclo de 24 horas, para um investidor somente tem valor caso a notícia seja acessada de forma imediata em terminais nos escritórios de trabalho ou no celular.

A circulação de informações jornalísticas que, nas organizações jornalísticas convencionais, estava a cargo de profissionais especializados, vinculados aos departamentos de distribuição em conexão com as redes de postos de venda, tornou-se, na atual etapa processo de produção, um fato social descentralizado, pelo qual todos os participantes destes sistemas são responsáveis. Esse é um detalhe que fica evidente no dispositivo-padrão para envio de notícias para amigos ou conhecidos

incorporados nos recursos de interação de quase todas as organizações jornalísticas existentes no ciberespaço.

A quantidade de informações e as diferentes demandas dos múltiplos tipos de usuários exigiram a construção de sistemas automatizados, dotados de programas previamente definidos, que são capazes de adaptação a diferentes estímulos provocados, produzindo respostas adequadas.

Estes mecanismos são sempre resultantes de processos sociais mais amplos e as redes de circulação de informações jornalísticas são uma espécie de subsistemas dos sistemas de circulações, que aproveitam as propriedades das substâncias e forças naturais disponíveis em cada sociedade e que são utilizados para compor maquinismos que atendam a finalidades sociais específicas (Vieira Pinto, 2005). O fundamento destes sistemas auto-regulados, como demonstra Vieira Pinto, encontra-se em ações recíprocas entre estes e seus usuários, possibilitadas pela utilização de programas que permitam responder às ações sofridas da parte do meio, do resultado de operações de outros mecanismos ou mesmo de partes de seu próprio, ações essas que estabelecem o conceito e a construção do que Vieira Pinto define como “máquina auto-reguladora”. (Vieira Pinto, 2005, Vol 2: 29)

CONCLUSÕES

Ao final deste artigo creio que alguns pontos devem ser reafirmados para se evitar uma avaliação superficial e ingênua dos mecanismos utilizados para a circulação de informações de natureza jornalística. O primeiro aspecto que vale a pena salientar é que, considerando a função estratégica exercida por estes mecanismos em sociedades complexas como as contemporâneas, existe a necessidade de estímulo a programas de pesquisa neste campo, lacuna preenchida na bibliografia existente sobre o jornalismo no ciberespaço. Se, devido às particularidades da produção das informações em sistemas hierárquicos e centralizados, esta situação era aceitável, no caso atual, em que o sucesso da movimentação das informações depende da incorporação dos usuários, ocorre justamente o contrário, e o desenvolvimento de sistemas auto-regulados de gestão das informações passa a ser um fator crucial para o atendimento das demandas sociais e para a sobrevivência das organizações jornalísticas.

Em qualquer período histórico, a constituição do jornalismo como uma instituição social pressupõe o desenvolvimento de diferentes tipos de sistemas: apuração, produção, circulação e de financiamento. O que varia de um período para outro são os graus de complexidade de cada um destes subsistemas e os tipos de funções exercidas pelos produtores e pelos usuários das informações existentes. Antes da

criação de complexos empresariais organizados como indústrias altamente hierárquicas e centralizadas no século XIX, os sistemas de circulação eram muito incipientes devido ao reduzido número de consumidores destas informações e à limitada área geográfica de alcance de cada jornal em decorrência das dificuldades de transporte e comunicações. O aperfeiçoamento das comunicações e dos transportes, em consonância com o crescimento dos centros urbanos e das condições de produção das informações, exigiu a construção de sistemas permanentes e contínuos de circulação. A estrutura vertical e centralizada destas verdadeiras fábricas de produção de informações acabou por condicionar os sistemas de circulação, concebidos como sistemas de distribuição, que tinham como finalidade dar vazão a conteúdos centralmente elaborados para um conjunto massificado de leitores, definidos como consumidores de notícias produzidas por profissionais especializados, os jornalistas. (Smith, 1980; Machado, 2000)

Como espaços abertos a variadas formas de relações, as redes de circulação de notícias podem tanto se transformar em um campo de provas para novos modelos de intercâmbio de informações, como fazer das publicações do futuro um reflexo dos meios jornalísticos convencionais. A divisão assimétrica do poder entre as empresas, os jornalistas e os demais cidadãos fez com que até agora, com raras exceções como no caso da *blogosfera* e de alguns instrumentos como o reenvio de informações, o movimento destas informações estivesse submetido a uma arquitetura central e hierárquica, contrariando a lógica do ciberespaço, em que a produtividade da informação depende da capacidade que tenha de circular e de ativar relações entre os participantes do sistema. Daí que, se estamos de acordo que existe a necessidade de multiplicar as relações horizontais, precisamos ter claro que um sistema de circulação descentralizado necessita substituir aos atuais serviços de distribuição de notícias produzidas em poucos núcleos especializados.

ELIAS MACHADO é jornalista e Doutor em Jornalismo. Professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisador do CNPq, atualmente, coordena o Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR) - (<http://www.lapjor.cce.ufsc.br>).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOYED-BARRET, Oliver; RANTANEN, Terhi. *Globalization of news*. London: Sage Publications, 1998.

BRANDSNERG, George. *The free papers*. A comprehensive study of America's Shopping Guide and free circulation newspaper industry. Amies: Wordsmith Books, 1969.

BARBOSA, Suzana; MACHADO, Elias; MIELNICZUCK, Luciana, PALACIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz. Beyond Profecies. A critical to 'New News' retrospective: Is online news reaching its potential? of Nora Paul. Article submitted to *Brazilian journalism research*, 2005.

CHESNAIS, Pascal *et al.* *The fishwrap personalized system*. Boston: MIT, Media Laboratory, 1995.

DEUZE, Mark; PLATON, Sara. Indymedia journalism A radical way of making, selecting and sharing news? In: *Journalism*. Vol. 4(3), pp. 336–355, (2003).

EPSTEIN, Edward Jay. *News from nowhere*. Television and the news. Nueva York: Random House, 1973.

FINN, Adam; MCFADYEN, Stuart; HOSKINS, Colin. Marketing, Management, and Competitive Strategy in the Cultural Industries In: *Canadian journal of communication*. Vol. 19, No. 3 (1994).

GILLMOR, Dan. *We the media*. Grassroots journalism by the people, for the people. O'Reilly: Sebatopol, Canada, 2004.

GORDON, Rich. Online opportunities make journalism's future bright, despite gloomy feelings In: *Online journalism review*.

Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/051027gordon/>. Acessado em 10.12.2005.

HANLUAIN, Daithí O. Social networks: All around the Net, but underused by news sites In: *Online journalism review*.

Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/050310ohanluain/>. Acessado em 12.12.2005.

INNIS, Harold. *Empire & Communications*. GODFREY, David (ed.). Toronto: Press, 1986. Percepic.

_____. *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press, 1984.

LARA, Tíscar. Weblogs y periodismo participativo In: *Pauta geral*. Salvador, Calandra. Vol 7 No 7 (2004) pp. 217-242.

MACHADO, Elias. La circulación de la noticia en el espacio digital. In: *Scripta nueva*.

Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona [ISSN 1138-9788] N° 69 (33), 1° de agosto de 2000.

Disponível em <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-33.htm>. Acessado em 10.12.2005.

_____. *La estructura de la noticia en las redes digitales*. Universidade Autônoma de Barcelona. Departamento de Jornalismo, Barcelona, 2000. (Tese de Doutorado).

_____. O jornal digital como epicentro das redes de circulação de notícias In: *Pauta geral*. Salvador, Calandra. Vol 4 No 4, (2002). pp. 51-68.

MORGAINÉ, Daniel. *Dix ans pour survivre: Un quotidien grand public en 1980*. Paris. Hachette. 1972.

PAUL, Christopher A. Re-imagining Web analysis as circulation by Christopher A. Paul. In: *First monday*, volume 10, number 11 (November 2005). Disponível em URL: http://firstmonday.org/issues/issue10_11/paul/index.html. Acessado em 10.12.2005.

PARK, Robert E. The natural history of the newspaper. In: *The city*. Suggestions for investigations of human behavior in the urban environment. London and Chicago: Chicago University Press, 1984, p. 663-679. 1a ed. 1925.

NORA, Paul. 'New News' retrospective: Is online news reaching its potential? In: *Online journalism review*. Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/>. Acessado em 11.12.2005.

SHAFER, Jack. Ghost Reader. Is everybody in the newspaper business inflating circulation? In: *Slate* 18 August 2004. Disponível em <http://www.slate.com/id/2105344>. Acessado em 10.12.2005.

SMITH, Anthony. *Goodbye Gutenberg*. newspaper revolution in 1980's. Oxford: Oxford University Press, 1980.

SNYDER, Henry. Circulation of Newspapers in the Reign of Queen Anne. In: *Transactions of the Bibliographical Society The Library*. Oxford: Oxford University Press. 1968, 5 Series, Volume 23, Issue 3, pp. 206-235.

THORN, Willian; PFEIL, Mary. *Newspaper circulation: marketing the news*. London: Longman. 1987.

VIEIRA PINTO, Álvaro. *O conceito de tecnologia*. Rio de Janeiro: Contraponto. 2005. 2 vols.