

Jornalismo baseado em tags¹

Resumo: O artigo se propõe a refletir sobre as implicações de uma composição jornalística no ambiente digital baseada em *tags*², levando a uma reconfiguração da atual estética que opera por meio de metáforas analógicas. Neste contexto, os conceitos de *remediation* (Bolter; Grusin, 2000), software cultural (Manovich, 2008), agenciamento (Guattari, 2008) e nomadismo (Deleuze; Guattari, 2007) irão nortear a análise.

Palavras-chave: jornalismo digital; *tag*; agenciamento; nomadismo.

Abstract: This article intends to reflect on the implications of a composition in the digital journalism based on tags, leading to a reconfiguration of the current aesthetic that runs through metaphors analog. In this context, the concepts of remediation (Bolter, Grusin, 2000), cultural software (Manovich, 2008), agency (Guattari, 2008) and nomadism (Deleuze, Guattari, 2007) will guide the analysis.

Keywords: digital journalism; tag; agency; nomadism.

Apresentação

Discute-se muito que formato o Jornalismo terá numa cultura pautada por redes sociais, em que grande parte do conteúdo é reconstruído (ou replicado) e espalhado por meio de *feeds*³ a milhares de pessoas. Quase sempre da perspectiva da recepção, deixando de lado a produção, o viés é de uma navegação nômade, agenciada pelos usuários, cuja trilha é baseada em *tags*. Entretanto, é preciso ter em conta que há um ponto de partida para essas ações. Ou seja, mesmo que não haja demanda, que a busca de conteúdo se dê por estratégias de linkagens temporárias (Deleuze; Guattari, 2008: 11-34), a produção ainda é feita com base nas teorias fincadas a partir dos anos 1600 quando Tobias Peucer (Sousa, 2004) escreveu sua tese doutoral mapeando critérios de noticiabilidade usados até agora pelos conglomerados de mídia mundo afora.

Isso não significa abandonar a Teoria do Jornalismo, mas incorporá-la à lógica da cultura que modificou os termos do padrão de comunicação que vigoraram no século 20 -

¹ Artigo originalmente publicado em RIBEIRO et al. *Leitura e Escrita em Movimento*. Rio de Janeiro: Peirópolis, 2010: 214-228, e atualizado para a Nexi.

² Uma tag é uma palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação (ex: uma imagem, um artigo, um vídeo) que o descreve e permite uma classificação da informação baseada em palavras-chave.

³ O termo vem do verbo em alimentar, em inglês. Na internet, esse sistema é conhecido como RSS Feeds (*RDF Site Summary* ou *Really Simple Syndication*). In Wikipedia. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feed>. Acesso em mar.2011.

transmissão, publicação e recepção para **incorporar, anotar, comentar, responder, agregar, cortar, compartilhar**, além dos termos em inglês **download, upload, input e output** (Manovich, 2008: 226). Pois, do ponto de vista da produção, o Jornalismo opera por meio de competências e processos baseados em organização e hierarquia. Nesse sentido, faz-se necessário abordar essas práticas a partir da noção de revezamento (Deleuze; Guattari, 2007: 180) porque do mesmo modo que a rede é um espaço liso por excelência, que possibilita ações nomádicas, é possível realizar percursos no espaço estriado, metrificado, pertencente ao *newsmaking* (Tuchman, 1978).

É nesse espaço tensionado que se reconfigura a estética da composição: por um lado, a internet foi desenvolvida para ser uma espécie de rizoma, cuja linha segue um plano que não tem mais dimensões do que aquilo que o percorre. Por outro, há a relação de aparato de captura, caracterizado por ocupação metrificada. Isso indica que o espaço liso não deixa de ser constantemente convertido em espaço estriado, e o espaço estriado é constantemente revertido a um espaço liso. Há misturas e passagens de um para outro, graças a movimentos completamente diferentes (Deleuze; Guattari, 2007: 180).

A ideia de domínio ou a exigência de cadastro remete à delimitação. Um endereço com o protocolo <http://www> leva o internauta a uma URL registrada (corporativa, pública ou pessoal). Isso transforma a rede em um local de poder, com proprietários e regras, propício a conflitos - desde invasões de *hackers* até estratégias de protestos (Tisseli, 2009). Na realidade, um espaço de positividade do poder, no qual há poder e contrapoder, não existe a noção de poder absoluto (Beiguelman, 2009).

O movimento se faz pelo fluxo, trata-se, portanto, de uma experiência. É preciso repensar a noção de página, cuja denominação é resultante da falta de vocabulário acadêmico conceitual e da sua necessidade da reproduzibilidade. Trabalha-se com a noção cartesiana de sujeito universal – tudo é igual para todos. A regra é absoluta e não opera com desvio, quando na realidade, o correto é rejeitar qualquer concepção unificante em favor de uma estética de existência, segundo a qual sujeito se constitui por meio práticas de liberação de certo número de regras, estilos, convenções que se encontra no meio cultural (Foucault, 1994: 730-735).

É esse sujeito mutante que interessa abordar, que se desloca por meio de agenciamentos em um não lugar que é a *world wide web* (e esse é apenas um dos protocolos

de navegação), ainda que seja territorializado. Um sujeito que se constitui através da história, que é, a cada instante, fundado e refundado pela história. (Foucault, 1979: 7). Portanto, não responde à lógica da tridimensionalidade espacial ter direita, esquerda, frente, atrás. Não é possível ir para frente ou para trás no *browser* nem assumir que o primeiro nível de navegação represente uma casa, por exemplo. Também não dá para nomear o *browser* de *site*. Até por uma questão semântica, pois o verbo *browse* remete a flunar, a passar os olhos, conforme explica Giselle Beiguelman em “O livro depois do livro”:

Talvez a metáfora do *site* para designar a situação de não-localidade que estrutura o ciberespaço, esteja na raiz desse fenômeno de equívocos terminológicos que não são inconvenientes por serem errôneos, mas por mascararem a situação inédita de uma espacialidade independente da localização em um espaço tridimensional (2003: 11-12).

Essa ambivalência está presente em toda a estruturação de um jornal on-line, que apesar do uso de *links* e hipermídia, sempre há algo que remete ao cotidiano, a um local fixo, como as denominações em inglês ou ícones que se convencionaram ao longo dos anos: usar *site* para se referir ao espaço de publicação, *home* para dar um sentido de localização e as setas de *before* e *next* (ou *next stop*) para orientar a navegação, por exemplo. *Site* significa lugar, assim como *home* significa casa, e as setas direcionam páginas como anterior e próxima (IBIDEM). Com isso, a questão a ser abordada nesse artigo é como criar estratégias de revezamento à produção, exibição e circulação de notícias, uma vez que o nômade depende de agenciamentos temporários para realizar uma navegação baseada em dados (Berners Lee, 2009).

Ruptura da estética Power Point

Um dos pontos de partida para repensar estratégias de revezamento que incluem produção, exibição e circulação é analisar o *browser*, a partir da perspectiva de linkagens temporárias. Frequentemente confundido com um *Power Point* (Manovich, 2008: 45), não pode mais ser pensado como um paginador diagramado em colunas para transpor conteúdo jornalístico e adicionar hipermídia. Uma das razões para que esse raciocínio não tenha mudado ao longo de quase 20 anos de existência da *world wide web* é a forma pela qual tem sido mapeadas características, competências e funções do Jornalismo quando transposto para

o ambiente digital. Quase sempre retratadas do ponto de vista da produção e da recepção, as pesquisas não fazem uma crítica aprofundada da interface e geralmente o design informacional é constituído a partir de metáforas do mundo off-line, e isso resulta em clicagens burras, segundo Giselle Beiguelman em entrevista à Juliana Monachesi ao extinto caderno Mais!, da Folha de S.Paulo, em 2004:

Vamos primeiro derrubar um mito: o da interatividade como *parti pris* da arte feita com meios digitais ou em rede. Interatividade tornou-se uma espécie de *commodity* do discurso do *infotainment*, no qual prevalece uma dinâmica em que o que vale é o ponto de chegada, em detrimento do processo - aí mero mal necessário para chegar a um fim pré-determinado (Monachesi, 2004, s/p).

Como a rede é um ambiente ainda sem conceitos totalmente definidos, é da natureza do seu meio operar por experimentações. E é por essa razão que grupos de pesquisadores em todo o mundo atuam em diferentes frentes para compreender e delinear as práticas sociais originadas nesse espaço. Nesse contexto, fala-se em características exclusivas do jornalismo praticado na rede, como multimídia, hipertextualidade, memória, não linearidade e interatividade (Salaverría, 2006; Mc Adams, 2005; Murray, 2003; Manovich, 2001; Bardeol; Deuze, 2000; Machado, 2000; Palacios, 1999). A essas características aplicam-se etapas de evolução, institucionalizadas em alguns campos: **1ª fase:** metáfora; **2ª fase:** metáfora + produção on-line; **3ª fase:** produção exclusivamente on-line e open source; e **4ª fase:** navegação em base de dados (Pavlick, 2000; Silva Jr., 2000; Mielniczuk, 2003; Boczkowski, 2004; Machado, 2004).

Não se pode negar que há avanços consideráveis na produção e na exibição de informações jornalísticas, sobretudo ao que se refere à tecnologia. Obviamente, em uma rede com alta velocidade de conexão, aumenta-se a capacidade de *download* de conteúdo e, conseqüentemente, a oferta de variados formatos de mídia. Mas ao observar o jornalismo digital apenas sob o ponto de vista da evolução incorre-se em um equívoco conceitual, pois a base de criação é a mesma: página em branco, diagramada em colunas, com estrutura hierarquizada (Nelson, 2001). O correto seria uma abordagem não submetida a uma lei de contiguidade ou de imediatidade em relação ao objeto, mas em condição de descontinuidade, ruptura e multiplicidade (Deleuze; Guattari, 2004: 25-26). Na realidade, as linhas evolutivas se apresentam em rizomas: as datações não são sincrônicas, mas heterocrônicas. O exemplo de Guattari (2008: 52-53) é esclarecedor: a decolagem industrial das máquinas a vapor ter

ocorrido séculos após o império chinês utilizá-las como brinquedo de crianças. De fato, esses rizomas evolutivos atravessam em blocos as civilizações técnicas. Uma mutação tecnológica pode conhecer períodos de longa estagnação ou de regressão, mas não há exemplo de que ela não recomece em uma época ulterior.

Por essa razão, a interface opera por meio de reprodução analógica. Pois o *browser*, cuja própria denominação está relacionada à lógica do nomadismo, segundo a qual o sujeito navega pela possibilidade de *linkagem* de algo que pode ser permutado, sem limites determinados, é transformado em um paginador (Beiguelman, 2003: 67-68), e o texto é transposto a uma estrutura pré-definida, hierarquizada, tendo como pressuposto as Teorias do Jornalismo aplicadas às mídias *off-line*. O que explica de certo modo a exibição do conteúdo, com manchete, linha fina, resumo e foto, a exemplo de uma página de jornal impresso. Trata-se de um *fac-símile* recondicionado. Mesmo processo se dá na configuração do espaço de navegação para o leitor, pensado para repetir movimento baseado em comportamentos que já existem fora da rede, como dar a impressão de que a navegação se faz em lugares fixos.

Esse *fac-símile* é o que David Jay Bolter e Richard Grusin (2000: 45) denominaram *remediation* (a representação de uma mídia em outra), que consideram condição de existência da nova mídia. Mas Lev Manovich (2008: 37) vai além das características definidoras das mídias, e conclui que o computador também é uma máquina de remediação por causa da interface gráfica pessoal baseada em software, desenvolvida pela equipe de Alan Kay, no centro de pesquisa da Xerox, no Palo Alto, nos EUA.

A única diferença consiste em saber como e o que os computadores remediam. “Não havia nada de novo nas formulações teóricas de Turing e Von Neumann?”, pergunta Manovich. Mas, apesar das críticas a operação de metáforas analógicas, é possível pensar em um novo formato de linguagem híbrida se a criação for compreendida a partir de outra perspectiva. O autor defende que se observada apenas a superfície da mídia digital criada hoje por profissionais e amadores – blogs, sites, vídeos e ilustrações, entre outros -, faz sentido denominá-la assim. (IBIDEM: 38).

A identidade do computador como mídia demorou 40 anos para surgir, se se levar em conta que o MIT começou a trabalhar no primeiro protótipo interativo em 1949 e o lançamento do Photoshop aconteceu em 1989. Nesse contexto, Manovich procura entender o

que é a mídia depois do software, ou seja, o que aconteceu a técnicas, linguagens e conceitos de mídia do século 20 como resultado da computadorização. Em resumo: o que aconteceu à mídia depois que ela se tornou *software-ized* (IBIDEM: 39-40). Kay quis transformá-lo em uma mídia dinâmica (*personal dynamic media*), na qual as pessoas podem aprender, descobrir e criar. Foi o que seu grupo fez: simulou a maioria dos meios dentro do computador e também acrescentou novos aplicativos a ele. A equipe do centro de pesquisa da Xerox desenvolveu uma linguagem de programação que permitiu criar meios de comunicação a partir das ferramentas já existentes. A essas ferramentas foi desenvolvida uma interface unificada, com símbolos e ícones que permitem ao usuário realizar várias funções.

Híbridos: remix virou mashup

Essa dinâmica fez surgir um meio com capacidade de arquivar informação, simular velhas mídias e proporcionar conversação bilateral. Embora o computador tenha aparência visual de mídias já existentes, funciona de maneira diferente. Se considerar a fotografia digital superficialmente, ela remediara a fotografia analógica, mas se for entendido o seu funcionamento e como reconfigurá-la, percebe-se as diferenças:

[...] Se deixarmos a mesma fotografia em um computador - que pode ser laptop, sistema de armazenamento de rede ou outro dispositivo de mídia, como telefone celular, que permite ao usuário editá-la e movê-la a outras plataformas e internet, -, ela pode operar de um modo que, em meu ponto de vista, modifica radicalmente o formato tradicional. Tradução livre do autor (Manovich, 2008: 41).

Nessa perspectiva de remix entre formatos e *softwares*, é possível pensar novas propriedades para a mídia digital. Não se pode ignorar a migração da cultura de página para a cultura de dados, o que implica repensar uma estética baseada em bancos de dados, cuja ideia de criação sobre a página estática deixa de ser predominante (Berners Lee, 2009; Vesna, 2007). Talvez essa seja a mais complexa questão para o campo jornalístico destrinchar, principalmente, por conta de sua organização, que dificulta romper com repertórios culturais existentes e compreender que a mudança de paradigma consiste em: “confrontar as especificidades entre as mídias sonoras, visuais e textuais que têm agora seus limites (...) implodidos pela interface” (Beiguelman, 2003: 13) e elaborar uma linguagem visual a partir

da mistura de diferentes técnicas (Manovich: 2008: 84-85). Pois, o design quase sempre se constitui em apontar uma sequência de navegação linear em torno de uma narrativa:

[...] Um emissor constroi uma sentença baseada na escolha sucessiva de palavras a partir do paradigma de outras possíveis palavras. Um usuário nova mídia cria uma sequência de telas clicando neste ou naquele ícone em cada tela. Por que a nova mídia insiste nesta linguagem sequencial?

Minha hipótese é que ela segue a ordem semiológica dominante no século 21, o cinema.

Tradução livre do autor (Manovich, 2008: 50).

Do ponto de vista textual, se a produção jornalística segue uma lógica linear, distribuição, recepção e circulação de informações podem ser planejadas segundo a ideia de nuvem de comunicação global. Isso não significa romper com a linearidade, mas perceber uma outra abordagem: a linearidade se dá a partir de estratégias de revezamento: produtores publicam na nuvem, usuários remixam e republicam, o que dá lugar a um novo texto. Esse novo texto é pautado pela noção de narrativa transmídia (Jenkins, 2008:132-179), segundo a qual diferentes conteúdos são compartilhados em plataformas integradas. O resultado é um gigantesco banco de dados conectado em rede. Prova disso é a proliferação de *Twitter*, *Facebook*, *Orkut*, *Flickr* e *You Tube*⁴, entre outros, ainda que configurem um movimento de rebanho, nas palavras do ativista e crítico de mídia Geert Lovink (Moherdau, 2009), operam por meio de agenciamentos. Sem levar em conta as variabilidades de formatos resultantes de híbridos entre técnica e mídias, esse contexto leva a repensar o conceito de notícia em redes sociais organizadas, conforme propõe Lovink:

Queremos que as redes sociais sejam administradas por poucas pessoas? Não. Então, deveria haver um potencial maior de reagrupar. Há muitos não envolvimentos em redes. O que acontece quando você dá poder às pessoas? Há muito ruído, mas as redes da 'moda' serão substituídas por redes organizadas, menos vagas mais amistosas e muito mais focadas no que elas querem atingir (IBIDEM, 2009).

Do ponto de vista da linguagem visual híbrida, caracterizada por: 1) mudança contínua nas formas (variáveis); 2) uso do espaço em 3D como plataforma comum para o design de mídia; e 3) integração sistemática das técnicas de mídia não compatíveis, Manovich defende a *deep remixability*⁵ como definidora de novas propriedades no ambiente digital: interface e

⁴ *Twitter* (www.twitter.com), *Facebook* (www.facebook.com), *Orkut* (www.orkut.com), *Flickr* (www.flickr.com) e *You Tube* (www.youtube.com).

⁵O remix envolve não apenas conteúdos de diferentes mídias, mas também técnicas fundamentais, métodos de trabalho e modos de representação e de expressão. In: MANOVICH, L. **Software takes command**: 121-128.

ferramentas, correspondentes a dois componentes fundamentais de qualquer software moderno: estrutura de dados e algoritmos. Cada ferramenta disponibilizada por uma aplicação de mídia é essencialmente um algoritmo que processa ou cria formatos particulares de dados (Manovich, 2008: 102).

Uma das formas mais correntes que a *deep remixability* assume é o *mashup* (híbrido de aplicações web)⁶. Muitos deles podem se assemelhar a um típico documento multimídia, mas são mais que isso. Por exemplo, um site que permite *upload* de um vídeo, como o *You Tube*, por exemplo, não configura um *mashup*. Mas se oferece acesso via *API* (Interface de Programação de Aplicativos⁷), sim⁸. *Flickr*⁹ ou o *Code Labs*¹⁰, do *Google*, também têm códigos open source de *API* para desenvolver ou integrar um programa existente em outro. Há dezenas de casos que ilustram esse híbrido. No campo da arte digital, o pesquisador russo aponta *The Invisible Shape* ou *Alsase*¹¹, obras que separam formatos de representação (vídeo, fotografia, mapa em 2D ou globo virtual em 3D) e técnicas de navegação (jogar um game, arrastar um documento 2D ou movimentar-se no espaço com uma câmera virtual) e se misturam de modo a aumentar o valor de cada mídia utilizada. No entanto, em contraste a *mashups* de *web* difundidos em massa, em 2006, quando *Amazon*, *Flickr*, *Google* e outras importantes empresas de internet passaram a oferecer *APIs* públicas (ainda que tenham feito o possível para seus serviços serem aplicados como o *Google Maps*), esses projetos também usaram dados criados ou selecionados cuidadosamente. Como resultado, os artistas têm muito mais controle sobre a experiência estética e a personalidade projetada por seus trabalhos que um autor de *mashup*, que conta com dados e interfaces de outras companhias (MA: 99-101).

Manovich não pretende, com isso, criticar o fenômeno *mashup* na *web*. Pelo contrário, o caracteriza como um híbrido, mas alerta que se a meta é criar um modelo de representação e uma experiência estética realmente diferentes, não é a melhor solução escolher a mesma fonte de dados disponíveis a usuários, em geral. Portanto, não é válido o argumento que o trabalho

⁶ Para saber mais sobre mashup, visitar <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mashup>. Acesso em mar.2011.

⁷ Para saber mais sobre APIs, visite <http://pt.wikipedia.org/wiki/API>. Acesso em mar.2011.

⁸ <http://www.youtube.com/dev?gl=BR&hl=pt>. Acesso em mar.2011.

⁹ www.flickr.com/services/api Acesso em mar.2011..

¹⁰ <http://code.google.com/intl/pt-BR/labs>. Acesso em mar.2011.

¹¹ *The invisible Shape* disponível em: http://www.artcom.de/index.php?lang=en&option=com_acprojects&id=26&page=6 e *Alsase*, disponível em: <http://www.field-works.net>. Acesso em mar.2011.

do autor de *web mashup* seja semelhante ao do *DJ*, cuja criação é reflexo do que já existe – ainda que o *DJ* tenha mais controle sobre os parâmetros da mistura e um leque maior de gravações à sua disposição.

O esforço em torno de um novo paradigma da estética da base de dados parte do pressuposto de que também é preciso abandonar as reproduções analógicas recorrentes nos softwares. A interface do *Adobe Acrobat Reader* é um exemplo dessa falta de vocabulário específico para a nova mídia (Lovink, apud Moherdau: 2009) Manovich, 2008; Beiguelman, 2003). Combina metáforas de uma variedade de tradições e tecnologias de um jeito que não parecem ter lógica. Em uma única interface há elementos: 1) de áudio (botões de play e de gravar) do século 20; 2) de edição de imagem (botões de zoom); 3) com associação direta à tradição impressa ainda que nunca tenham sido usados no papel (ícones de tesoura e cola); 4) presentes em livros (janelas de anotações); 5) padrão de GUI [Graphical User Interface] como busca, filtro e múltiplas janelas. Essa repetição contínua do ambiente analógico recai em questionamentos, como faz Lev Manovich: “(...) it is not clear to me why I am asked to move through the pages by clicking on forward and backward arrow – an interface convention which is normally used for moving image media”. (2008: 98-99).

Composição: *tag* assume o comando

É na perspectiva de o hibridismo pautar a composição digital que se coloca um grande desafio: pensar o Jornalismo a partir de uma estética do banco de dados, baseada em *tags* e remixada em nuvens de comunicação. Já se sabe que linguagem visual híbrida é resultado do ambiente de produção. Também não é novidade que multimídia e convergência têm significados diferentes de hibridização, por traduzirem a exibição de mais de um formato em um ou mais ambientes (*off* ou *on-line*), algo próximo da distribuição de mídias em uma página na *web* (Beiguelman, 2009) ou em um *Power Point* (Manovich, 2008). A ideia de mídia híbrida passa pelo entendimento de o computador representar um meio e os softwares, as ferramentas. A junção de interfaces e técnicas forma novas espécies de mídias, com novas propriedades, o que Manovich denominou *deep remixability*.

Do ponto de vista da arte digital é possível trabalhar com a criação a partir de etiquetas inteligentes, ainda que haja ressalvas, como a diversidade cultural. O processo se dá por meio do algoritmo¹², responsável pela busca de informação para compor uma obra. Há um sem número de projetos que ilustram essa lógica, como *10 by 10* (www.tenbyten.org), *youTag* (www.youtag.org), *Your Life Our Movie* (www.yourlifeourmovie.org), *Locative Painting* (www.locativepainting.com.br), *Sensitive Rose* (www.sensitiverose.com), *ThoughtMesh* (<http://thoughtmesh.net>), *Geoplay* (<http://www.geoplay.info/pt>), *Filosofia da Caixa Prata* (<http://bogatissimo.com/silverbox/br>), *Zexe.net* (www.zexe.net), *Open Street Map* (www.openstreetmap.org) e as plataformas do Google – *Earth*, *Maps*, *Street View* (<http://www.google.com/intl/pt-BR/options>) – entre outros. São composições pensadas tendo como eixo as *tags*¹³, com variáveis que vão desde palavra-chave mais acessada à palavra-chave mais postada.

Na realidade, são programações que permitem várias combinações no espaço estriado da internet, que são recombinadas e compartilhadas a cada agenciamento temporário. É nesse sentido que se dá o movimento nomádico: um revezamento contínuo de territorialização e desterritorialização, ou seja, ocupa momentaneamente e se desloca, como os *flash mobs*, organizados para realizar ações que respondam a agenciamentos.

Trata-se de micropolítica, não tem como objetivo elaborar estruturas capazes de se reproduzirem permanentemente (Beiguelman, 2009). Outro exemplo bastante pertinente são as mobilizações via *Twitter* ou *Facebook* por meio de *tags*: **#michaeljackson** (morte do cantor Michael Jackson, em 25 de junho); **#iranelection** (sobre a polêmica reeleição do presidente do Irã, Mahmoud Ahmadinejad, em 12 de junho); **#diploma** (Supremo Tribunal Federal derruba a obrigatoriedade do diploma para o exercício do Jornalismo no Brasil, em 17 de junho); **#forasarney** (Senado passa por crise desde fevereiro de 2009, quando José Sarney assumiu a presidência da Casa, por causa de denúncias de atos secretos, empreguismo e verbas indenizatórias.). Eugênio Tisseli já destacara esse tipo de ação no *Flickr* quando a

¹² É uma sequência finita de [instruções](#) bem definidas e não ambíguas, cada uma das quais pode ser executada mecanicamente num período de tempo finito e com uma quantidade de esforço finita. In: Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Algoritmo>. Acesso em mar.2011

¹³ Uma tag é uma palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação (ex: uma imagem, um artigo, um vídeo) que o descreve e permite uma classificação da informação. In: Wikipedia. Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_\(metadata\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_(metadata)). Acesso em mar.2011.

arquitetura ¹⁴da rede de compartilhamentos foi utilizada para um protesto de usuários, de modo não coordenado, para responder à mudança em sua política de filtros na Alemanha. O protesto foi marcado pela criação e disseminação de uma *tag* anticensura: **#thinkflickrthink** (2009).

A campanha eleitoral de 2010, à Presidência da República no Brasil, teve ampla participação popular nas redes sociais. Fatos negativos publicados pela imprensa nacional eram revertidos [ou as tentativas de reversão] na internet como, por exemplo, o famoso caso da bolinha de papel cujo personagem principal foi o ex-governador de São Paulo, José Serra. Ao fazer uma caminhada no Rio de Janeiro durante a campanha política, em 20 de outubro de 2010, Serra foi atingido por dois objetos, uma bola de papel e uma fita crepe. O caso de agressão repercutiu em toda a imprensa e o ex-governador teve de cancelar compromissos na capital carioca. O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva o comparou ao goleiro chileno Rojas, que fingiu ter sido atingido por um foguete no Maracanã, durante as eliminatórias para a Copa do Mundo de 1990¹⁵. Contra a acusação do candidato derrotado à Presidência da República, a militância do Partido dos Trabalhadores (PT) organizou-se em rede e levou aos *Trending Topics* do Twitter as tags: **#BolaDePapelFacts**, **#SerraRojas** e **DilmaFactsByFolha**.

No mesmo ano, após as eleições presidenciais, a ocupação do Complexo do Alemão no Rio de Janeiro pela polícia levou a coberturas coletivas via redes sociais, especialmente no microblog. , Rene Silva, 17, morador do Alemão não imaginara que um tuíte do tipo ‘tem um tiroteio no alemão’ teria tanta repercussão, aumentaria o número de seguidores de sua conta @vozdacomunidade de 180 para 40 mil¹⁶.

Ainda que se discuta as condições de uma palavra-chave ir ao topo dos *Trending Topics* do Twitter, o fato é que há uma minoria deleuziana que faz a diferença no microblog e

¹⁴ Para saber mais sobre *Trending Topics*: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Acesso em mar. 2011.

¹⁵ Lula compara Serra ao goleiro Rojas e diz que agressão é 'mentira descarada'. In: Folha de S.Paulo, out. 2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/818091-lula-compara-serra-ao-goleiro-rojas-e-diz-que-agressao-e-mentira-descarada.shtml>. Acesso em mar. 2011.

¹⁶ Após relatar invasão, tuiteiro do Morro do Alemão usa rede para ajudar a comunidade. In: Folha de S.Paulo, jan. 2011. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/01/20/apos-relatar-invasao-tuiteiro-do-morro-do-alemao-usa-rede-para-ajudar-a-comunidade.jhtm>. Acesso em mar. 2011.

em outras redes. Prova disso é o poder de mobilização em manifestações [de toda a sorte] contra ditaduras no Oriente Médio (Lemos: 2011) e sobre o terremoto que atingiu o Japão.

Se as *tags* são a chave para a constituição temporária e cambiante de projetos artísticos na rede ou para engajar pessoas em torno de algo, é possível aplicar o mesmo raciocínio à composição de notícias. Essa discussão não é nova. Começou a se difundir com a publicação do artigo *The semantic web* na revista *Scientific American*, em maio de 2001. Naquele ano, Tim Berners-Lee, James Hendler e Ora Lassila escreveram que a *web* semântica mudaria a estrutura de significação de conteúdos que circulam na rede. Essa ideia teria como eixo os *links*:

(...) The essential property of the world wide web is its universality. The power of a hypertext link is that 'anything can link to anything'. To date, the web has developed most rapidly as a medium of documents for people rather than for data and information that can be processed automatically.

Entretanto, a proposta original implicava na unificação da linguagem de compartilhamento, o que não aconteceu por diversas razões, e a mais pungente delas é a diversidade cultural. Para as máquinas compreenderem a semântica dos documentos e arquivos, é preciso que haja padrões de classificação fundamentados. A *web* semântica é descentralizada, a priori, e a questão que se coloca é: como mapear o acesso a essas coleções de informações dispersas e estruturá-las de modo inteligível?

A resposta passa pela criação de grupos com entendimento em comum, o *folksonomy*¹⁷. Talvez isso leve a uma linguagem lógica que permitirá a *linkagem* de dados dentro de uma *web* universal, conforme propôs Tim Bertners-Lee (et al) no artigo *The Web Semantic Revisited*:

A *web* semântica que desejamos fazer é uma substancial reutilização de ontologias e base de dados existentes. São informações linkadas no ciberespaço no qual o banco de dados é enriquecido e ampliado constantemente. O que leva os usuários a reutilizar conteúdo encontrado por acaso e descobrir informação relacionada a ele, que tem sido a marca registrada das campanhas de viral na rede. Tradução livre do autor (2006: 5).

¹⁷ Folksonomies are a development generating considerable interest at the moment. They represent a structure that emerges organically when individuals manage their own information requirements. Folksonomies arise when a large number of people are interested in particular information and are encouraged to describe it—or *tag* it. In: Berners-Lee, T.; Shadbolt, N.; Hall, W. **The semantic web revisited. In: The semantic web, mai./jun. 2006: 5 Disponível em:** http://eprints.ecs.soton.ac.uk/12614/1/Semantic_Web_Revisted.pdf. Acesso em mar.2011.

Trata-se da noção de *collaborative tagging*, segundo a qual usuários podem incluir metadados sob a forma de palavras-chave para compartilhar conteúdo (Golder; Huberman, 2005: 1). Essa atividade tem crescido de maneira espantosa, sobretudo em redes sociais, que operam a partir dessa lógica. Assim, a informação publicada é categorizada para facilitar a busca não só pelo usuário que a marcou, mas como também a qualquer pessoa com interesses em comum. Sob o ponto de vista da organização, é interessante notar que, apesar de a internet se configurar como uma miscelânea, nas palavras de David Weinberger (2007), essa bagunça pode ser usada para fazer sentido no mundo¹⁸: “Flickr tags can be grouped with other characteristics and combined with search terms and the most interesting pictures can be automatically surfaced, thanks to all the messy, uncoordinated, unchecked, unintentional meaning that the Internet's users infuse its pages with.”

Conclusão

Se a noção de *browse* (flanar, passar os olhos) passa pelo entendimento de agenciamento, ou estratégias de linkagens temporárias, é correto o raciocínio de David Weinberger quando explica, em *Everything is Miscellaneous* (2007), o significado de *browsing*: “is more than window-shopping, fantasizing about what it would be like to own something or resenting those who do. You browse when you intentionally ignore the organizational structure the store has carefully imposed on its stock”. Mesma compreensão se dá ao partir do pressuposto de que o espaço liso, a priori, da internet, é um espaço de fluxo e metamorfose permanentes. Ou seja, trata-se da possibilidade de um devir, de viver experiências em aberto, semelhante ao que prega Weinberger ao afirmar que, quando o sujeito passa os olhos por algo, descompromissadamente, ignora intencionalmente as estruturas organizacionais impostas. O autor ilustra sua tese tomando como exemplo uma livraria. A disposição das obras na prateleira contribui para esse nomadismo, pois ainda que haja uma coerência, não é possível prever os caminhos que o consumidor irá percorrer a partir do momento em que entra na loja:

¹⁸ http://www.boingboing.net/2007/.../everything_is_miscel.html, EUA. Acesso em mar.2011.

[...] Você está disposto a uma leitura leve - nada mais específico que isso – e as prateleiras oferecem livros atraentes. A loja ajuda a violar sua ordem. Em uma mesa, vendedores indicam novos livros a preços baixos, mas não podem antecipar de que modo o cliente vai se comportar quando entrar na loja.
Tradução livre do autor. (2007: 8)

Nessa perspectiva, é coerente a ideia de que a bagunça na internet cria uma auto-organização própria. Porque é da lógica dos agenciamentos coletivos operarem em espaços livres: a experiência nômade se faz em constante deslocamento, dentro de circuitos em fluxo que operam em circuitos estriados. É também nesse espaço lisificado que se estabeleceu a *folksonomy*. Mais, uma vez, porque a criação de *tags* colaborativas só é possível nesse ambiente *open source* ou a chamada *web 2.0*, cuja arquitetura de informação foi possível somente após ser desenvolvido o XML (*Extensible Markup Language*), uma ampliação do HTML (linguagem utilizada para incluir hipertextos na *web*).

O XML permite a estruturação de dados compartilhados em diferentes plataformas, sem a necessidade de sistemas de conversão.¹⁹ Essa arquitetura possibilita formatos digitais que não seriam possíveis no padrão HTML como, por exemplo, montar *mashups* ou organizar conteúdos a partir de *tags*. Isso viabiliza uma *linkagem* de dados baseada em etiquetas para classificar conteúdos ou adicionar informação, que resultam em buscas não mais condicionadas exclusivamente à programação, e proporciona uma navegação para além das estruturas metrificadas, pois o sujeito se desloca, percorrendo nuvens de informação formadas pela *folksonomy* - ou seja, passam a se orientar a partir de indicadores de outros sujeitos. Isso modifica a concepção do software como produto que se torna um serviço ou software social (Manovich, 2008). Tratado hoje como plataforma, na verdade é uma forma de publicação orientada a partir de uma programação determinada. É por essa razão que a rede passa a ser entendida como uma plataforma para o desenvolvimento de outros projetos. A internet não é mais um ambiente para receber e disponibilizar conteúdos, mas um território a ser desenvolvido cotidianamente por seus usuários (Beiguelman, 2009).

Obviamente que há ressalvas em relação à aleatoriedade das *tags*, sobretudo pela falta de sistematização na aplicação. De certo modo, a noção de rede filtrada a partir de palavras-chaves, em alguma medida, causa a sensação de perda da experiência do daquilo que pode

¹⁹ Para saber mais sobre HTML e XML, ver <http://www.w3.org/MarkUp>. Acesso em mar.2011.

acontecer sem previsibilidade. No caso da localização por links, a navegação leva a um só lugar, como critica Ted Nelson (RODA, 2007). Mas o uso de *tags* pode colocar essa noção em outra perspectiva. Uma das saídas é a criação de redes sociais organizadas, com sistema de *tags* local, pensado a partir das características dos integrantes. Esse tipo de ação torna mais eficiente o agenciamento nesse território filtrado. Por isso, a noção de revezamento de Deleuze e Guattari (2007, p. 180) se coloca na Teoria do Jornalismo e minimiza a crítica de que as *tags* são descontextualizadas e levam à atomização da informação ao se reduzirem a palavras soltas, que apenas indicam relações de força.

Talvez o embrião de um novo design, de uma nova interface, esteja no seguinte raciocínio: a composição baseada em *tags* é *mashup*. Um dos exemplos que ilustram essa possibilidade em aberto é o novo serviço do *Google Maps*, o *Favorite Places*²⁰. Trata-se de um guia colaborativo construído por jornalistas, colunistas e autoridades, com endereços de centenas de milhares de lugares em todo o mundo: Londres, Tóquio, Madri, Paris, Praga e Moscou, entre outros. Essas dicas saem da rede e vão para o espaço off-line, e a empresa de Sergey Brin e Larry Page finca uma marcação com os dados de quem as indicou.

Referências Bibliográficas

BARDOEL, J & DEUZE, M. Network Journalism: Converging Competences of Old and New Media Professionals. In: **VSOM-conference Horizon**. Utrecht, 2000.

BEIGUELMAN, G. **Disciplina Processos de criação e produção do conhecimento em hipermídia e em redes fixas e móveis: pressupostos críticos e criativos no Design de Interfaces**. Programa de Pós-Graduação em Cultura e Semiótica. PUC/SP, fev-jun. 2009. Apontamentos.

_____. **O livro depois do livro**. São Paulo: Peirópolis, 2003.

BERNERS-LEE, T.; HENDLER, J.; LASSILA, O. The semantic web. In: **Scientific American Magazine**, mai. 2001. Disponível em <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=the-semantic-web&print=true>. Acesso em mar.2011.

BERNERS-LEE, T.; Shadbolt, N.; Hall, W. The semantic web revisited. In: **The semantic web**, mai./jun. 2006. Disponível em: http://eprints.ecs.soton.ac.uk/12614/1/Semantic_Web_Revisted.pdf. Acesso em mar.2011.

²⁰ Para conhecer o Favorite Places, visite <http://www.google.com/help/maps/favoriteplaces>. Acesso em mar.2011.

BOCZKOWSKI, P. **Digitizing the news**. Londres: The MIT Press, 2004.

BOLTER, D. J.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

COSTA, R. **Por um novo conceito de comunidade**. São Paulo, jul. 2005. Disponível em: www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf. Acesso em jul. 2009

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, vol. 1, 2004.

_____. **Mil Platôs - Capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, vol. 5, 2007.

_____. **Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, vol. 2, 2008.

FOUCAULT, M.. **Dits et écrits**. Paris: Gallimard, 1994, Vol. IV, pp. 730-735.

FUNDADOR DA WWW alerta sobre espionagem on-line e aposta em web semântica. In: Folha de S.Paulo, São Paulo, 18 mar. 2009. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u538201.shtml>. Acesso em mar.2011.

GOLDER, S. A.; HUBERMAN, B. A. **The Structure of Collaborative Tagging Systems**. Information Dynamics Lab, HP Labs, EUA, 2005. Disponível em: <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/tags/tags.pdf>. Acesso em mar.2011.

_____. Usage patterns of collaborative tagging systems. In: **Journal of Information Science**. 32 (2) 2006, pp. 198–208. Disponível em: http://libraries.ou.edu/eresources/reserves/readings/7_31_2006_6_36_43_PM.pdf. Acesso em mar.2011.

GUATTARI, F. **Caosmose**. São Paulo: Editora 34, 2008.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMONS, A. **Things (and People) Are The Tools Of Revolution!**. Disponível em: <http://andrelemons.info/2011/02/things-and-people-are-the-tools-of-revolution/>. Acesso em mar. 2011.

MACHADO, E. **La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. 521 fls. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

_____. **Banco de dados como formato no jornalismo digital**. In: VI Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação, 2004. Portugal, 15 páginas

_____. **O jornalismo digital em base de dados**. Florianópolis: Calandra, 2007.

MANOVICH, L. **Software takes command**. 20 nov. 2008 In: <http://lab.softwarestudies.com/2008/11/softbook.html>. Acesso em mar.2011.

_____. **The language of new media**. Cambridge: MIT, 2001.

MARLOW, C; NAAMAN, M; BOYD, D.; DAVIS, M. Position Paper, Tagging, Taxonomy, Flickr, Article, ToRead. In: **The International World Web Conference**, Escócia, mai. 2006. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/WWW2006.pdf>. Acesso em mar.2011.

MCADAMS, M. **Flash journalism: how to create multimedia news packages**. EUA: Focal Press, 2005.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 246 pgs. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MOHERDAUI, L. A composição da página noticiosa nos jornais digitais - O estado da questão. In: **Anais do VI SBPjor** - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo - SP, 2008.

_____. Em busca de um modelo de composição para os jornais digitais. In: **Anais do II Simpósio Nacional da ABCiber** (Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura). São Paulo - SP, 2008.

_____. Twitter para quê. Trópico, ideias de norte a sul. 10 mai 2009. Disponível em: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/3081,1.shl>. Acesso jun. 2011.

MONACHESI, J. Contra a clicagem burra. In: **Folha de São Paulo**, São Paulo, jan. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1801200406.htm>. Acesso em mar.2011.

MURRAY, J.H. **Hamlet no Holodeck – O futur0 da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Unesp, 2003.

NELSON, T. **Deeper Cosmology, Deeper Documents**, 2001. Disponível em: <http://www.sigweb.org/ht01/tech.html#ted>. Acesso em mar.2011.

PALACIOS, M. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21 set.1999.

PAVLIK, J. Journalism tools for the Digital Age. In: **7º Fórum Mundial de Editores**. Rio de Janeiro, 07. jun. 2000

RASKIN, J. **The humane interface**, New Jersey, ACM Press, 2000

RODA Viva. **Ted Nelson**. São Paulo: TV Cultura, jun. 2007. DVD (120 minutos).

THE SEMANTIC WEB as an open and less evil web. In **The next web**, abr. 2008. Disponível em : <http://thenextweb.com/2008/04/03/nova-spivack-the-semantic-web-as-an-open-and-less-evil-web>. Acesso em mar.2011.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en internet**. Navarra: Eunsa, 2006.

SILVA JR. J. A. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo**. Dissertação de Mestrado para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

SOUSA, J. P. Tobias Peucer: O progenitor da Teoria do Jornalismo. In: **Estudos de Jornalismo e Mídia**. V. 1 N. 2, 2004. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2071/1813>. Acesso em mar. 2011.

TISSELI, E. Rebelião na internet. In: **Trópico**, fev. 2009. Disponível em: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/3062,1.shl> e <http://www.pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/3062,2.shl>. Acesso em mar.2011.

TUCHMAN, G. **Making news: a study in the construction of reality**. New York: Press. 1978.

VESNA, V. **Database aesthetics – Art in the age of information overflow**. EUA: University of Minnesota Press, 2007.

WEINBERGER, D. **The Hyperlinked Metaphysics of the Web**. Disponível em: <http://www.hyperorg.com/misc/metaphysics>, 2000. Acesso em mar.2011.

_____. Everything is Miscellaneous - how the Web destroys categories, disciplines and hierarchies. EUA: Henri Holt, 2007.

LUCIANA MOHERDAUI
Doutoranda em Comunicação e Semiótica – PUC/SP
luciana.moherdau@gmail.com