Globethics Repository



Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes [mass and post-mass media in the flow of networks]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Costa, Andriolli
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-11 08:39:30
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/158466

Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes

Pesquisador de cibercultura, André Lemos defende uma distinção entre funções midiáticas para compreender a complexidade do atual ecossistema de mídia

Por Andriolli Costa

Referência brasileira na pesquisa em cibercultura, André Lemos aponta ser impossível compreender o atual ecossistema midiático tendo em vista apenas a visão tradicional de comunicação de massas. Afinal, como seria possível observar, sob a mesma ótica, um jornal impresso, um programa de TV, um canal do Youtube e um perfil do Facebook? Certamente os padrões não seriam os mesmos.

"Não se trata de uma mídia necessariamente contra a outra", esclarece ele, "embora tensões e investimentos publicitários possam vir a matar uma ou outra, mas de uma expansão do ecossistema midiático". Lemos fala, dessa forma, de mídias de *função massiva* e de *função pós-massiva*. As primeiras, normalmente concessão do Estado, controlam o fluxo da informação – "que deve passar pelos mediadores profissionais". São mantidas por verbas publicitárias, grande empresas e grupos políticos.

Já as de função pós-massiva, potencializadas pela articulação e globalização das redes telemáticas, descentralizam o fluxo informativo (que escapa aos profissionais institucionalizados). "A emissão é aberta, sem controle, mais conversacional". A distinção, no entanto, vai além da simples antítese entre analógico e digital. "Podemos encontrar função pós-massiva em fanzines e rádios-pirata, e função massiva em usos do Facebook ou do Twitter por empresas jornalísticas, por exemplo."

Em entrevista concedida por e-mail à **IHU On-Line**, André Lemos discorre sobre a incorporação da função pós-massiva pelos meios tradicionais, os formatos de associação (como o crossmídia e o transmídia), a inteligência coletiva das redes e a necessidade de qualificar as associações, sob o risco do surgimento de uma estupidez coletiva. Trata ainda da internet das coisas e o modo como sua emergência gera mudanças tectônicas no jornalismo. "Com a expansão da internet para os mais diversos objetos, vamos ver uma ampliação de formatos jornalísticos usando Big Data", acredita. E finaliza: "Estamos caminhando para um fluxo gigantesco e em tempo real de dados sobre o mundo, e o jornalismo deve adaptar-se a esta nova situação".

André Lemos é graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal da Bahia – UFBa, com mestrado e doutorado em Sociologia pela Université Paris Descartes – Paris 5. É professor da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBa e coordenador do Grupo de Pesquisa em Cibercidade (GPC). Atualmente debruça-se sobre a pesquisa *A comunicação das coisas: Internet das coisas, big data e smart cities*. Entre diversos livros, Lemos é autor de *A Comunicação das Coisas. Teoria Ator-Rede e Cibercultura* (São Paulo: Annablume, 2013), *O Futuro da Internet. Em direção a uma ciberdemocracia planetária* (São Paulo: Editora Paulus, 2010), que escreveu junto com Pierre Lévy, e *Cultura das Redes. Ciberensaios para o século XXI* (Salvador: Edufba, 2002).

Confira a entrevista.

IHU On-Line – Você propõe uma distinção entre mídias de função massiva e pós-massiva. Em que consiste cada uma?

André Lemos – Como é dito, trata-se mesmo de uma função. As mídias de função massiva são, em sua maioria, concessão do Estado, controlam o fluxo da informação que deve passar pelos mediadores profissionais, instituem e alimentam um público (audiência, consumidores, massa) e são mantidas por verbas publicitárias, grandes empresas e grupos políticos. Estas mídias criaram a esfera e a opinião públicas modernas. São mídias de informação. As mídias de função pós-massiva surgem com as possibilidades ampliadas de circulação da informação com a globalização das redes telemáticas.

O fluxo é descentralizado, típico de uma rede heterogênea, sem centro. A emissão é aberta, sem controle, mais conversacional. São pequenas, médias e grandes empresas que funcionam sem, no entanto, serem concessão do Estado. Embora as funções remetam para uma diferença entre mídias analógicas e digitais, podemos encontrar função pós-massiva em fanzines e rádios-pirata, e função massiva em usos do Facebook ou do Twitter por empresas jornalísticas, por exemplo.

IHU On-Line – De que forma a emergência de uma tensiona a outra no ecossistema midiático?

André Lemos – O que estamos vendo hoje é uma remediação (para usar o termo de Bolter e Grusin[1]) de uma estrutura sobre a outra. Não se trata de uma necessariamente contra a outra, embora tensões e investimentos publicitários possam vir a matar uma ou outra, mas de uma expansão do ecossistema midiático com formas ampliadas de mediação massiva e pós-massiva. Novos formatos de associação emergem, como os ditos crossmídia ou transmídia e novas práticas conversacionais e informacionais surgem.

IHU On-Line – Com os leitores/usuários exigindo conteúdo e tratamento cada vez mais personalizado e individual, ainda faz sentido produzir na lógica da comunicação de massas?

André Lemos – Sim, temos lógicas de massa em mídias digitais como Twitter e Facebook. Muitas empresas jornalísticas e políticos usam estas mídias sociais como se estivessem usando a televisão, o rádio ou o jornal. Falam para uma massa, passam "informações" e não querem muita conversação. É uso de função massiva em mídias que pode desempenhar funções pós-massivas, já que em redes

> "A rede é sempre, em sua estrutura mesma, ecumênica"

telemáticas. Querem apenas se fazer presentes no novo ambiente, mas o usam de forma tradicional. Por outro lado, o uso massivo é importante para criar a esfera e a opinião públicas mais homogêneas, menos fragmentadas e mais comunitárias, locais. Embora as novas mídias sejam sempre um reforço da experiência de localização da informação, as mídias tradicionais de função massiva ainda fazem isso muito bem. Acredito que mais rico será este ecossistema se mantivermos fluxos massivos e pós-massivos livres, cada um na sua modalidade de liberdade.

IHU On-Line – Tendo em vista a ubiquidade da tecnologia, a facilidade cada vez maior de produção e distribuição de conteúdo por qualquer pessoa e o acesso ao *big data*, qual a participação do usuário na produção noticiosa atual? E quais as perspectivas para este envolvimento no futuro?

André Lemos – Temos uma expansão de fontes de informação pela ampliação da esfera conversacional, como mostrei mais acima. Cada pessoa hoje pode produzir e distribuir informação ao vivo de forma intencional. E cada pessoa hoje gera muitos dados de forma também involuntária, pelo simples fato de usar tecnologias e serviços digitais (*Big Data*). E os objetos também passam a gerar muitos dados, a trocar informações de forma autônoma entre eles. Os dados (todos estes três tipos) podem gerar notícias no que se chama de *Data-Driven Journalism* (o *The Guardian* é um dos pioneiros no uso dos dados para produzir as narrativas) ou *Database Journalism* (que é o uso dos dados para organizar a informação, sendo *BBC, The New York Times* e *The Guardian* exemplos interessantes).

Com a expansão da internet para os mais diversos objetos, vamos ver uma ampliação de formatos jornalísticos usando *Big Data*. Os dados gerados pelos usuários de forma intencional (vídeos no YouTube, posts no Twitter e Facebook, queixas em sites de relacionamento com empresas, fotos no Flickr ou Instagram) serão importantes, mas não tanto quanto os dados gerados involuntariamente por eles, ou em fluxo contínuo pelas coisas (estradas, pontes, carros, posts de luz, eletrodomésticos). Estamos caminhando para um fluxo gigantesco e em tempo real de dados sobre o mundo, e o jornalismo deve adaptar-se a esta nova situação.

IHU On-Line – Em que consiste pensar a inteligência coletiva das redes? Quais os avanços e limites desta inteligência no que tange à informação?

André Lemos – A coletividade pode ser emancipadora ou muito conservadora e retrógrada. A rede é sempre, em sua estrutura mesma, ecumênica, colocando em princípio todos e tudo em contato com todos e tudo (vejam a nova dimensão da internet das coisas[2]). Inteligência, para existir, precisa ser sempre coletiva ou fruto de "pontualizações" de uma coletividade. Isto dito, muito há de ser feito para transformar potência em realização. Produzir inteligência requer muito esforço. É preciso proporcionar e cultivar boas associações, ou seja, aquelas que serão produtoras de processos de emancipação e sustentabilidade. A internet é uma rede que ampliou de forma planetária as formas e qualidades de associações. Precisamos qualificá-las e valorizá-las, ou tudo pode desaguar apenas em estupidez coletiva.

IHU On-Line – A desconfiança em relação aos meios tradicionais, junto à articulação conjunta de usuários, apontou diversos equívocos e

1 **Jay David Bolter**, professor da Escola de Literatura, Mídia e Comunicação do Georgia Institute of Technology e **Richard Grusin**, diretor do Center for 21st Century Studies – C21, da University of Wisconsin-Milwaukee. Autores de *Remediation: Understanding New Media* (Cambridge: MIT Press, 2000). (Nota da **IHU On-Line**)

2 ***The Internet of Things***: projeto do MIT que recorre ao uso de radiofrequência e sensores wireless para criar um sistema global de registro de bens, com objetos interligados de maneira inteligente. (Nota da **IHU On-Line**)

incongruências em matérias veiculadas no jornalismo diário. No entanto, por vezes, estes mesmos grupos de usuários da rede fazem circular e recircular informações falsas e conclusões precipitadas[3]. Quais os perigos da inteligência coletiva das redes quando todos não apenas se tornam emissores, mas também assumem o papel de "especialistas"?

André Lemos – A pluralidade de vozes é sempre algo bom, e os que estão em uma determinada ação ou polêmica podem e devem falar até mais do que os especialistas. São eles que sabem dos problemas, e não os especialistas. Devemos estar sempre com os pés no chão e deixar falar os que estão envolvidos sem passar sempre por tradução dos experts. A internet possibilita esta explosão de vozes e permite visualizar as diversas associações de pessoas e coisas. Veja, por exemplo, as diversas formas existentes hoje de mapeamento de dinâmicas sociais em redes (pelas mídias ditas "sociais" – e aqui voltamos a primeira questão: para ser "mídia social" deveria estar desenvolvendo funções pós-massivas, o que nem sempre é o caso), com imagens muito interessantes das mediações (grafos e plotagens as mais diversas, mostrando as topologias sociais das redes sociais). Estas imagens mostram (não sem problemas e vieses) o social se fazendo nas associações. O que vai nos ajudar a compreendê-lo em sua dinâmica. Agora em relação ao jornalismo, que parece ser o específico da sua questão, voltamos à dinâmica do massivo e do pós-massivo. O trabalho especialista, profissional é muito importante e deve ser valorizado.

IHU On-Line – De que formas a mídia locativa tem sido utilizada para a produção jornalística? O que ela pode agregar do ponto de vista informativo?

André Lemos – Informação é o que "dá forma" a algo que só faz sentido se for localizado e localizável, por e para quem produz, distribui e consome. Os novos dispositivos e redes sociais produzem e distribuem cada vez mais informações localizadas (um post no Twitter ou no Facebook, um "check in" no Foursquare, uma foto no Instagram...). Ora, os veículos jornalísticos sempre fizeram isso. Produzem informações locais e veiculam informações globais. As mídias locativas só ampliam os instrumentos para o exercício do jornalismo. Jornalismo em base de dados e jornalismo com mídias locativas estão em desenvolvimento com veículos (o *The Guardian*, por exemplo), explorando as novas possibilidades, como dissemos acima.

> "A integração vem desde as primeiras técnicas que fizeram e continuam a fazer a mediação e construir a relação do homem com o mundo"

IHU On-Line – É possível pensar que esta integração entre espaços físicos e virtuais – promovida pelo documentário situado, a realidade aumentada e outros formatos – representa um novo tipo de experiência de mundo mediada pela técnica?

André Lemos – A Amazon acaba de lançar o seu smartphone[4] que será uma espécie de leitor do mundo para comprar coisas na megaloja virtual. Parece ser um excelente equipamento com o que há de mais avançado na tecnologia dos celulares, com tela 3D inclusive. Mas o que mais me chamou a atenção foi o *Firefly*, um sistema que permite ao *smartphone* identificar qualquer coisa para a qual ele aponte: um QR Code, um número de telefone ou qualquer objeto. Ora, esta integração é mesmo algo fantástico, pois parece ser mesmo o que faltava para este dispositivo, que está sempre colado ao nosso corpo: criar uma interface total para com o mundo.

Olho para uma árvore e aponto para saber que árvore é esta, para um objeto exótico e descobrir seu nome, para um monumento e ver a sua história, sem precisar ter aplicativos específicos que fazem isso, mas que requerem diversas ações até chegar à informação. Vejam que isso foi construído por uma megaloja que vende desde clips de papel a submarinos de brinquedo. Assim sendo, ao apontar para alguma coisa, posso achar rapidamente esta coisa para comprar na Amazon. Mas o que está em jogo é o princípio de mediação e conexão entre o mundo real e o informacional.

A integração vem desde as primeiras técnicas que fizeram e continuam a fazer a mediação e construir a relação do homem com o mundo. Esta mediação produz o mundo. E isso não é ligado ao falso, ao simulacro, ao desvio nefasto do artifício. O que devemos perguntar é se a construção pela mediação é boa ou não. Mas é real o que é produzido na mediação. Hoje, com as técnicas informacionais, estamos vendo a integração ampliada das informações do mundo sobre o mundo. E devemos destacar duas coisas aqui: que não sabemos o que é o mundo, e este definitivamente não é apenas o que a nossa mente produz e acessa sobre ele (a fenomenologia clássica, ou a epistemologia científica). E outra que a informação nunca é uma visão total do objeto, já que é a produção de uma "in-formação", de uma "formação". É, portanto, uma narrativa que deve ser sempre remetida em causa, politizada.

3 Usuários do 4chan apontaram levianamente o jovem Sunil Tripathi (entre outros) como suspeito do atentado a bomba durante uma maratona em Boston, fazendo suas fotos serem compartilhadas milhares de vezes. No final, a investigação provou que o responsável era outra pessoa. Veja mais em http://bit.ly/4chanbomb. (Nota da **IHU On-Line**)

4 Leia mais sobre o Fire Phone, da Amazon, em http://bit.ly/firephonezh. (Nota da **IHU On-Line**)