



Neofluxo: Jornalismo, base de dados e a construção da esfera pública interconectada¹

Walter Teixeira Lima Junior²
Faculdade Cásper Líbero

RESUMO

O trabalho visa expor os resultados preliminares do projeto de pesquisa aplicada Observatório de Mídias Sociais Conectadas, batizado de Neofluxo. Aprovado em edital do CNPq, o projeto possui a duração de dois anos, até junho de 2012. O objetivo principal do artigo é identificar o comportamento do fluxo informacional nas redes sociais durante o processo eleitoral majoritário no Brasil, em 2010 e demonstrar a possibilidade de produzir Jornalismo por intermédio do cruzamento e visualização de dados utilizando APIs. O projeto armazenou mais de 20,2 milhões de menções aos candidatos e palavras-chave definidas pelos pesquisadores. Para isso foi elaborado um programa computacional específico, baseado em software aberto, capaz de rastrear participações de usuários do twitter segundo palavras-chave, coletando-as e armazenando-as em banco de dados.

PALAVRA-CHAVE: Jornalismo; Esfera Pública; Base de dados.

1. Introdução

A influência dos Meios de Comunicação de Massa (MCM) sobre o voto do eleitorado brasileiro nas eleições majoritárias e proporcionais tem sido objeto de intenso estudo e pesquisa nos últimos anos. Estruturada por tecnologias *broadcasting*, essa configuração de espaço midiático funciona como palco importante para a discussão na esfera pública de temas de relevância social. Entretanto, com o surgimento das tecnologias digitais conectadas, evoluindo para sistemas amigáveis (*user-friendly*), uma nova topologia comunicacional, de muitos para muitos (ECHEVERRÍA, 1999; LEMOS, 2002), torna-se imperceptível e ubíqua, tendo o seu poder de influência e disseminação da informação alcançado níveis nunca antes atingidos.

Os impactos sociais da utilização das tecnologias digitais conectadas também são causados pela queda no custo de aquisição de equipamentos computacionais e de

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Programa de Pós-graduação da Cásper Líbero. Email: digital@walterlima.jor.br



acesso a redes de computadores, proporcionando o aumento de poder e influência dos usuários.

Assim, as formas de comunicação mediadas por computador por meio de redes evoluíram até culminar, na atualidade, com uma estrutura tecnológica que proporciona maior rapidez no processamento de dados, interfaces amigáveis (*web*), displays de LCD, mais capacidade de memória, conexões velozes (banda larga), a utilização de programas (exemplo: *Drupal*), poderosos bancos de dados, utilização de multimídia (texto, imagens estáticas, vídeo, áudio, animação e mapas) (LIMA JUNIOR, 2008, p.115). Todavia, um dos motivos centrais encontrados na formatação tecnológica destas ferramentas é proporcionar ao usuário a participação em redes sociais:

Nós definimos redes sociais (Social Network Sites) como serviços baseados na Web que permitem indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema interligado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão e (3) ver e cruzar a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site. (BOYD; ELLISON, 2007)

Assim, as ferramentas tecnológicas '*webbrowseedas*' melhoraram o atributo da interatividade, principalmente com a incorporação dos sistemas estruturados através de banco de dados. Essa configuração direcionada para discussão de temas de relevância social denomina-se Mídia Social.

A Mídia Social Conectada é um formato de comunicação mediada por computador (CMC) que permite a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social de forma descentralizada, colaborativa e autônoma tecnologicamente. Possui como principal característica a participação ativa (síncrona e/ou assíncrona) da comunidade de usuários na integração de informações (LIMA JUNIOR, 2009, p. 97)

Assim, esses espaços de debate estão proliferando dentro da rede, proporcionando um campo de discussão política e estabelecendo uma esfera pública interconectada (BENKLER, 2006). As tecnologias digitais conectadas são utilizadas para discussão de questões de caráter político, pois possibilitam vários níveis de interatividade entre os seus usuários e possuem espaços específicos para tal finalidade.



Contudo, é complexo mensurar os impactos dessas argumentações, realizadas em espaços virtuais, no resultado eleitoral, pois os efeitos do debate são de difícil comprovação científica.

2. Eleições e internet

A devida importância para o uso da Web nas eleições, apesar dela ser utilizada desde a década de 90 para divulgação de atividades político-partidárias, aconteceu na corrida presidencial estadunidense, que culminou na vitória de Barak Obama. Essa eleição, por ser em um país economicamente forte, teve uma repercussão enorme entre os estudiosos do eixo da política e da comunicação.

O valor da Web na vitória de Obama foi replicado à exaustão na rede. Entretanto, no estudo “*Politics 2.0, a campanha online de Barack Obama em 2008*”, os autores afirmam que ela

não se destacou exatamente pelo pioneirismo em geral, apenas pelo pioneirismo político. Todas as práticas usadas por sua equipe já haviam sido testadas com sucesso por anunciantes via publicidade digital. O grande diferencial da campanha democrata, entretanto, foi a amplitude das ações (GOMES; BRENO; REIS; SILVA, 2009)

Nesse ponto, podemos também destacar as campanhas na Austrália (2007) e Portugal (2009), também de caráter majoritário e que utilizaram a internet de forma ampliada.

Na Austrália, houve o caso de um site nacional (*YouDecide07*), que convidou usuários a produzirem conteúdos hiperlocais³, especialmente com pequenas coberturas ligadas à presença de candidatos e textos triviais aos moldes “povo fala” sobre problemas locais. Também em Portugal, os dispositivos de interação na Web foram usados para fins políticos. O blog coletivo, produzido pelo Público⁴, acompanhou as campanhas nas eleições de 2009 e produziu um dossiê que integra informações selecionadas nos noticiários de jornais online, mas também conteúdo de blogs, Twitter e Flickr.

³ O conceito de Hiperlocal está sendo construído através de websites jornalísticos que focalizam a sua cobertura noticiosa numa área geográfica bem definida, tratando de temas de relevância social que possuem estreita relação com os moradores e os frequentadores daquela área. O conteúdo é produzido por jornalista e também pelos moradores e frequentadores, com o apoio de agregadores de conteúdo e de sistemas de recomendação. Exemplos: forumhome.org e www.voiceofsandiego.org

⁴ < <http://eleicoes2009.info/europeias/dossie-eleicoes-do-publico-jornalismo-inedito-em-portugal/>>



No Brasil, a estratégia dos principais articuladores das campanhas presidenciais para a Web, em 2010, era uma incógnita. Foram convidados para gerenciar os projetos de mídias sociais nessa campanha Marcelo Branco (Dilma), Soninha (Serra) e Juliano Spyer (Marina), entre outros auxiliares com experiência comprovada em Internet.

Entretanto, as estratégias foram bem diversificadas. Juliano Spyer saiu na frente com o site Movimento Marina⁵ enquanto José Serra, já utilizava o *twitter*, sem intermediários. Os responsáveis pela campanha de Dilma Rousseff decidiram mobilizar a militância partidária via Web.

Entretanto, todas as ações, apesar de variadas, o uso da Web na campanha eleitoral majoritária teve como estratégia a tentativa de influenciar nos fluxos informativos das redes sociais, como uma ação para alterar o estado da esfera pública interconectada. Nessa estratégia, o foco pretendido era impactar as discussões políticas realizadas pelos usuários do *twitter*..

Portanto, foi pertinente pesquisar tais estratégias e como elas se comportaram e se afetariam ou não os fluxos informativos nas redes sociais. Mas essa verificação só poderia ser realizada utilizando sistemas programáveis para monitorar tais movimentações, devido ao grande volume de dados que seriam gerados.

Para dar conta desse escopo, foi necessário adotar metodologias relacionadas com a pesquisa aplicada, apesar da tradição da pesquisa em Jornalismo estar relacionada à pesquisa básica, também conhecida como pura. Assim, a pesquisa proposta incorpora procedimentos metodológicos utilizados para a investigação através de dispositivos tecnológicos. A junção da pesquisa básica com a pesquisa aplicada é primordial para compreender os fenômenos sociais estruturados através das tecnologias digitais. “Porém, para se consolidar como tal, recebe para o seu desenvolvimento e realização dos seus objetivos, em uma sociedade democrática, a contribuição estrutural das Ciências Naturais, principalmente, no que tange às inovações tecnológicas (LIMA JUNIOR, 2005, p.8)”.

A sociedade moderna atravessa um período de profunda mutação, consequência do inevitável progresso das tecnologias de informação e da comunicação, que transforma e torna obsoletos os paradigmas comunicacionais de referência cartesiana e suscita novos desafios. (CORNU, 2004, p.88)

⁵ <<http://www.movimentomarinasilva.org.br>>



Assim, a pesquisa aplicada no campo do Jornalismo cumpre a finalidade de produzir experimentos visando a criação de inovações tecnológicas digitais nos processos de captação, produção, empacotamento, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos nas convergentes plataformas comunicacionais.

3. Observatório de Mídias Sociais Conectadas

O projeto de pesquisa aplicada Observatório de Mídias Sociais Conectadas foi aprovado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), em junho de 2010, com vigência de dois anos. Elaborado pelo Grupo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Cultura da Rede (Teccred)⁶, o projeto pertence ao Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. Nascido no primeiro semestre do ano passado, o projeto tem a finalidade de analisar, através de sistemas computacionais, baseados em software livre, o comportamento do fluxo informacional nas redes sociais no processo eleitoral presidencial brasileiro, em 2010.

Por intermédio de programas produzidos para esse fim, procura-se determinar quais foram as estratégias dos dois principais candidatos à presidência da República (José Serra/PSDB e Dilma Rousseff/PT) na rede social *twitter* visando à propagação de suas propostas, ideias e contrainformação. Com o sistema, é possível rastrear as participações de usuários cadastrados no *twitter*, segundo palavras-chave determinadas pelos pesquisadores, coletando-as e armazenando-as em banco de dados, com o propósito de identificar padrões nestas participações.

A principal hipótese do projeto é que entre as estratégias foram utilizados militantes pagos e não, caracterizados como usuários comuns do *twitter*. Ou seja, um cabo eleitoral “invisível”. Se essa hipótese se configurar, será verificada se a ação influenciou alguns os fluxos informativos na esfera pública interconectada. Para isso, a metodologia foi construída tendo como ponto de partida os sites, blogs e redes sociais oficiais dos candidatos. As mensagens e orientações divulgadas pelos sistemas oficiais dos candidatos, por hipótese, possuem a finalidade de formar uma rede de simpatizantes que tentarão influenciar discussões e pontos de vista nas redes sociais, no caso dessa pesquisa, o *twitter*.

⁶ <http://www.teccred.net>



Para isso, o projeto armazenou mais de 20,2 milhões de menções aos candidatos e palavras-chave definidas pelos pesquisadores responsáveis⁷. O período compreendido da coleta aconteceu no primeiro turno (11/09/2010 a 03/10/2010) e no segundo turno (08/10/2010 a 29/10/2010).

Todo o material está disponível para visualização, cruzamento de dados e pesquisas, através da possibilidade da construção de APIs (*Application Programming Interface* - Interface de Programação de Aplicações).

API é, , uma parte crítica da interconexão da Internet. Muitos dizem que o futuro da Internet reside em APIs, porque elas ajudam a distribuir e combinar conteúdos. Na Web, APIs são geralmente URLs especiais que retornam dados legíveis pela máquina, em formatos como JSON ou XML, em vez de serem dados legíveis por humanos, normalmente o caso do HTML. *Facebook*, *twitter* e *Google Maps*, todos possuem APIs que permitem que outros sites ou programas de computador utilizem a sua base de ferramentas. *The New York Times* e *National Public Radio* (NPR), por exemplo, igualmente liberaram APIs permitindo a outros programas extraírem arquivos de críticas de filmes e restaurantes e artigos (tradução livre do autor)⁸

Para a pesquisadora Carolina Pietoso, na sua dissertação de mestrado “*Newspapers as Platforms: How Open APIs Can Impact Journalism*”, as APIs permitem a troca de informações através de múltiplos serviços online para construção de novas aplicações, também denominadas de *mashups* (PC Magazine Encyclopedia, 2009 apud PIETOSO, 2009, p.7). Entre os benefícios apontados pela pesquisadora sobre o uso das APIs pelo jornalismo, estão:

APIs abertas são razoavelmente fáceis de usar, mesmo para não desenvolvedores e, por isso, podem encorajar o envolvimento de uma ampla audiência de pessoas entusiasmadas com as mudanças no

⁷ Coordenador: Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Júnior.

Pesquisadores sêniores: Prof. Dr. Liráucio Girardi Jr e Profa. Dra. Carla Schwingel

Mestre: Diólia de Carvalho e Caroline Pietoso

Mestrandos: Amanda Luiza, André Rosa, Jeferson de Carvalho e Rafael Virgili

Bolsista de Iniciação Científica: Mariana Pascutti

Graduados: Priscilla Andaime, Camila Zanqueta e Diego Sieg

Programador: Maurício Maia

⁸ APIs are an increasingly critical part of the Internet's interconnection. Many say that the future of the Internet lies in APIs because they help distribute and combine content. On the Web, APIs are generally special URLs that give back machine-readable data, in formats like JSON or XML, rather than human-readable data, which is usually HTML. Facebook, Twitter and Google Maps all have APIs that allow other websites or computer programs to use their underlying tools. The New York Times and NPR have also released APIs that allow other programs to draw on archives of movie reviews, restaurant reviews and articles. Disponível em http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=185861 Acessado em 28 de novembro de 2010.



Jornalismo; APIs abertas integram cada vez mais as redações, encorajam desenvolvedores e jornalistas a trabalharem em conjunto para encontrarem novas formas de transmitir matérias; são ferramentas que podem ajudar o conteúdo jornalístico online ser melhor transmitido e, com isso, aproveitar o máximo do ambiente digital; APIs abertas também beneficiam o conteúdo jornalístico por fornecerem novos recursos de pesquisa para os jornalistas e visam encorajar a mudança de leitores para usuários, possibilitando que mais pessoas serão capazes de interagir com os conteúdos e no futuro com essas interfaces (Tradução livre do autor) (PIETOSO, 2009, p.73 - 74)⁹.

Em função da evolução tecnológica no campo da mídia, atualmente o projeto faz parte de uma movimentação no campo do jornalismo que permite ao profissional de jornalismo conectar-se com a necessidade da sociedade por informações de relevância social, produzidas e distribuídas por sistemas computacionais conectados através de redes telemáticas.

4. Neofluxo

O Observatório de Mídias Sociais Conectadas foi batizado de Neofluxo¹⁰. A principal meta dos pesquisadores do projeto foi contribuir de maneira efetiva para a compreensão dos novos fluxos informativos na Web, cujo papel foi extremamente debatido durante a campanha. O questionamento sobre a relevância da rede nesta eleição permeia conversas de eleitores e estrategistas de campanhas. Alguns defendem que a Web foi um espaço para disseminar boatos, mentiras e ataques. Outros enxergam como instrumento de engajamento e debate profundo de questões fundamentais para o País.

Com os dados disponibilizados pelo NeoFluxo é possível analisar, através de relações baseadas em metodologias científicas, como se deu o fluxo de informações na rede sobre a campanha presidencial brasileira.

⁹ Open APIs are reasonably easy to use, even for non-developers, and that can encourage the involvement of a wider audience of people enthusiastic about changing journalism; Open APIs integrate the newsroom even further, as they encourage developers and journalists to work closer to find better ways to convey stories; Open APIs are a tool that can help online journalistic content to be better conveyed and, with that, make the most of its digital environment; Open APIs also benefit journalistic content by providing a new research resource for journalists; Open APIs aim to encourage the shift from readers to users, hoping that more people will be able to further interact with newspapers content – and in the future with these interfaces.

¹⁰ <http://www.neofluxo.net>



Para uso dos jornalistas e pesquisadores, foram gravadas em servidor dedicado todas as mensagens relacionadas aos dois principais candidatos à presidência da República (José Serra/PSDB e Dilma Rousseff/PT), enviadas a partir de fontes oficiais (*twitter*, *Facebook* e textos do site oficial) e citadas por perfis públicos do *twitter*. Com o crescimento da campanha de Marina Silva/PV ao final do primeiro turno, segundo pesquisas de opinião publicadas e divulgadas pelos principais órgãos jornalísticos do Brasil, menções ao seu nome também foram coletadas e armazenadas em bancos de dados, através de um *software* construído para este fim. O NeoFluxo armazenou as atualizações dos canais oficiais (*twitter*, *facebook*, *youtubeflickr* e *website*)

A coleta de dados foi feita segundo palavras-chave determinadas pelos pesquisadores, tendo como referência proposições apresentadas na maior vitrine da campanha no país, onde as discussões são propostas com mais força: o horário eleitoral da TV. Para identificar o fluxo informativo e verificar quais mensagens e orientações dos candidatos influenciaram discussões e pontos de vista, o NeoFluxo tomou como base o *twitter*.

A ferramenta *twitter* foi escolhida por sua versatilidade, tendo uma das apropriações admais comuns o compartilhamento e a difusão de informações. Somado à sua facilidade de uso e à rapidez de suas mensagens curtas, o *twitter* pode ser considerado um ambiente cuja amostragem é bastante adequada para observar conteúdos relacionados ao processo eleitoral. A própria adoção crescente de novos membros, inclusive candidatos, membros da campanha e simpatizantes (espontâneos ou não) reforça essa escolha.

A opção pela ferramenta também corresponde a uma vantagem técnica: a abertura do *twitter*, a partir de uma API, permite que desenvolvedores externos criem programas independentes, que incorporem seus serviços - como, por exemplo, a varredura e coleta de dados publicados em perfis abertos¹¹.

Tanto as palavras-chave escolhidas pelos pesquisadores quanto o material coletado a partir das fontes oficiais dos candidatos servem de subsídio para elaborar um sistema de mapeamento que tem o objetivo de verificar qual o ponto de partida de determinada mensagem, o caminho percorrido por ela e como foi redistribuída pelo *twitter*¹².

¹¹ <http://www.neofluxo.net/projeto.php#textos3>

¹² <http://www.neofluxo.net/projeto.php#textos2>

5. Base de dados aberta (*Open Data*)¹³

Com o objetivo de ampliar ao máximo as possibilidades de estudos, o acesso a todos os dados é oferecido à comunidade a partir de uma plataforma aberta, *Open Data*, sob uma licença *Creative Commons*¹⁴.

Durante o primeiro e o segundo turno das eleições presidenciais de 2010, o sistema NeoFluxo coletou dados de fontes oficiais e menções específicas no *twitter*. Estes foram organizados em bancos de dados diferentes, todos acessíveis a partir de uma API, o que permite a qualquer desenvolvedor criar e visualizar possíveis relações entre os dados coletados. O projeto, apesar de ser *Open Data*, possui uma política de acesso aos dados do projeto, “Termos e Condições de Uso”, exigindo que o interessado se registre antes do primeiro uso, informando nome, email, site e objetivo do acesso¹⁵.

Os dados coletados a partir dos canais oficiais dos candidatos (*twitter*, *facebook*, *youtube* e sites), Dilma Rousseff, José Serra e Marina, fornecem todas as atualizações provenientes dos mesmos no período compreendido entre os dias 23/09/2010 e 03/10/2010 (Primeiro Turno). Também foram coletados dados apenas no *twitter*: todas as mensagens globais contendo as palavras "dilma" e "serra"; Todas as mensagens globais, contendo uma ou mais palavras-chave (geradas de maneira automatizadas) a partir dos Canais Oficiais dos candidatos Dilma Rousseff e José Serra; todas as mensagens globais do contendo uma ou mais palavras-chave (geradas de maneira automatizadas) a partir dos Canais Oficiais da candidata Marina Silva; todas as mensagens globais, contendo uma ou mais das palavras-chave (geradas de maneira manual a partir horários eleitorais televisivos) dos candidatos Dilma Rousseff e José Serra; todas as mensagens globais, contendo uma ou mais das palavras-chave (geradas de maneira manual) a partir dos temas relacionados a cobertura da campanha eleitoral feita pelos quatro principais portais brasileiros (Uol, Terra, Ig e G1).

¹³ *Open Data* possui o conceito de propriedade pública dos dados, rejeitando a ideia econômica de valor imposta pela escassez da informação oriunda dos processos iniciados desde a Revolução Industrial.

¹⁴ <http://www.creativecommons.org.br/>

¹⁵ <http://www.neofluxo.net/api.php#textos3>

6. Alguns resultados por intermédio da Visualização de Dados

O website do projeto também disponibiliza ferramentas para que pessoas sem conhecimento técnico possam ter acesso ao conteúdo do NeoFluxo. Já estão disponíveis as visualizações¹⁶ referentes ao primeiro turno das eleições, que revelam, por exemplo, que o perfil em rede social mais utilizado pela presidente eleita é o *Flickr* (FIG. 3), já o candidato derrotado no segundo turno, José Serra priorizou o *Facebook* (FIG. 4) – que também traz as atualizações feitas no *twitter* pelo candidato.

O resultado da coleta traz mais de 20,2 milhões de menções aos termos inseridos pelos pesquisadores, “Dilma”, “Serra” e “Marina”. A candidata eleita contabiliza mais de 1,6 milhões de citações diretas (a mensagem cita o nome Dilma); enquanto José Serra alcança 1,3 milhões. Através da Visualização de dados é possível estabelecer parâmetros visuais comparativos dos dados extraídos e é uma das tendências do Jornalismo baseado em base de dados.

A visualização de dados possui como base de formatação de conteúdo informações extraídas, via sistemas computacionais, de banco de dados, sejam eles baseados em estruturas internas de consulta ou disponibilizados na web no formato XML, que possibilita a qualquer usuário da web com conhecimentos em programação extrair (copiar) os dados e relacioná-los com outros (também disponíveis na web) e disponibilizar os resultados dessas relações de forma visual (datadesign). (LIMA JUNIOR; ROCHA, 2010. p.57)

As doze visualizações de dados disponíveis no website do Neofluxo estão divididas em quatro possibilidades:

¹⁶ <http://www.neofluxo.net/visu.php>



FIGURA 1 – Nuvem de *Tags*: Tomando como palavra-chave os nomes dos candidatos, cada nuvem inclui os termos mais citados por usuários do *twitter*, classificados em função da frequência.

FONTE - http://www.neofluxo.net/nuvem_dilma.php

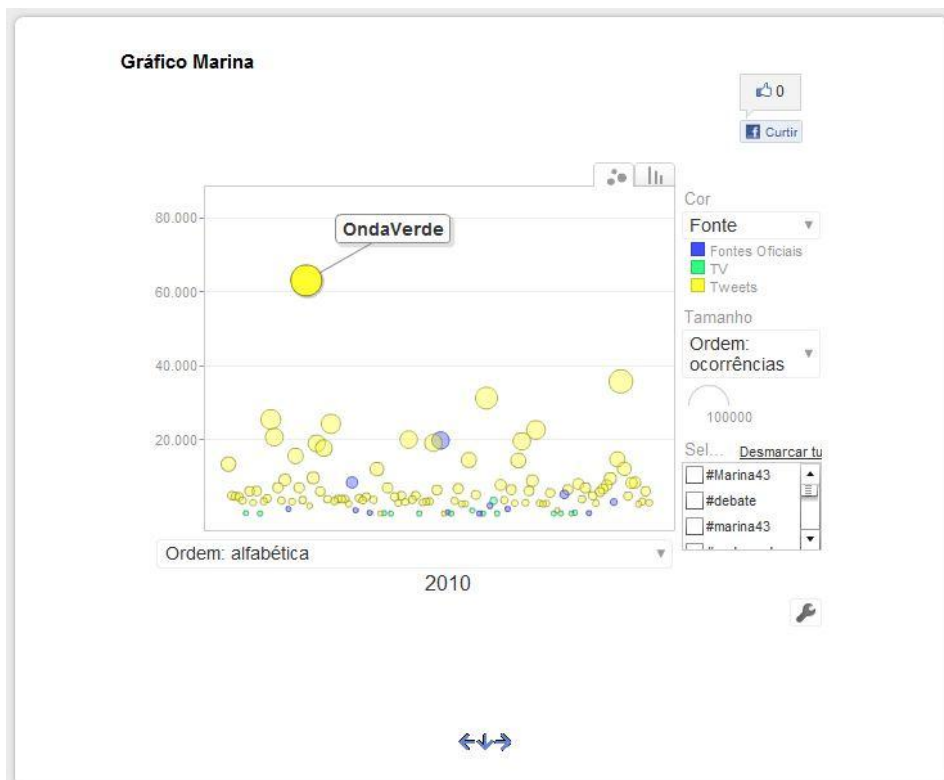


FIGURA 2 –Gráficos interativos que possibilitam identificar a relevância com a qual os termos, classificados segundo frequência, foram tratados em cada meio (Fontes oficiais online, TV ou *twitter*).

FONTE - http://www.neofluxo.net/graf_marina.php

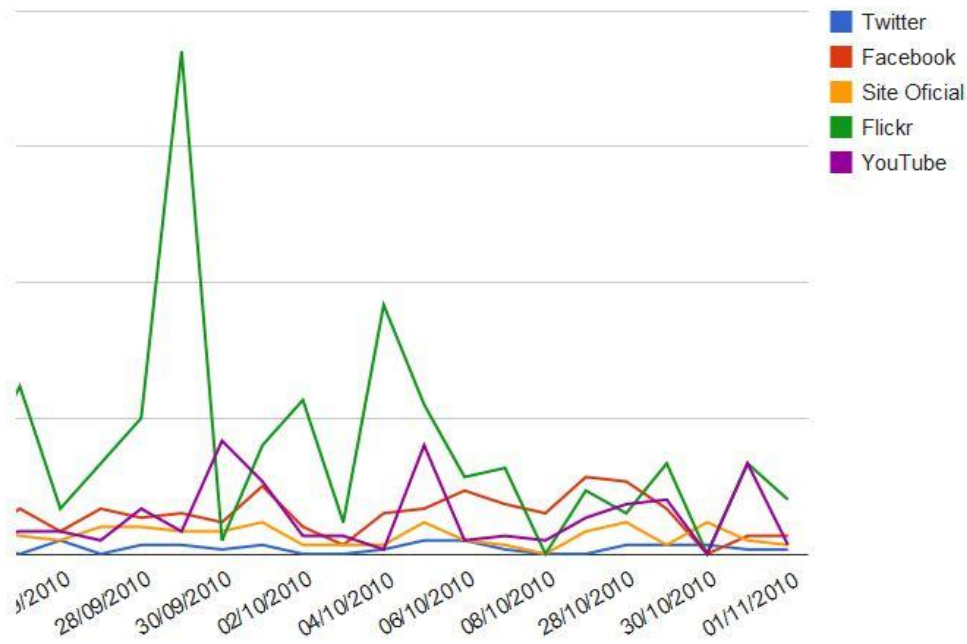


FIGURA 3 – Redes sociais V.1: Gráficos de linha que apresentam as mudanças desenvolvidas em canais oficiais dos candidatos (*twitter, Facebook, website oficial, Flickr e Youtube*), demonstrando-se a quantidade de atualizações efetuadas em ordem cronológica.

FONTE - http://www.neofluxo.net/rede_dilma.php

Serra nas Redes

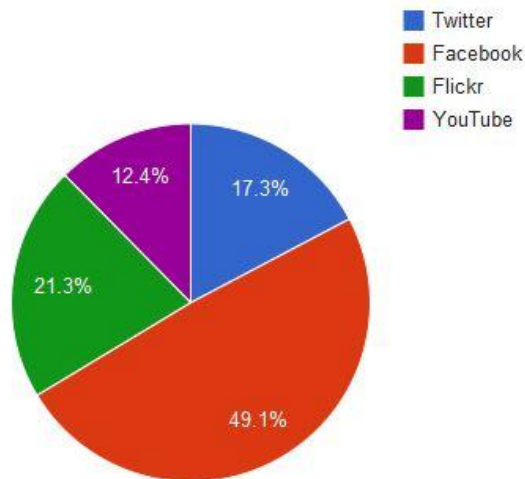


FIGURA 4 – Redes sociais v.2: Representações esféricas das atualizações efetuadas em canais oficiais dos candidatos (*twitter, Facebook, website oficial, Flickr e Youtube*) expressas em percentuais.

FONTE - http://www.neofluxo.net/rede2_serra.php



7. Considerações finais

Os resultados preliminares apontados pelo Neofluxo fornecem um panorama importante do uso quantitativo das redes sociais pelos candidatos à presidência. Os gráficos da Dilma revelam que as palavras-chave mais citadas nas fontes oficiais e no Twitter divergiram. Foram 72.970 menções da palavra 'Mulher' no Twitter relacionada à hashtag Dilma e 111.113 nas Fontes Oficiais (canais oficiais utilizados pelos candidatos), mas com o termo 'Deus'. No caso do candidato José Serra, a palavra-chave no *twitter* mais citada foi 'Brasil', com 183.508 referências.

No caso do uso das redes sociais, a candidata Dilma utilizou mais o Flickr, plataforma de compartilhamento de fotos (46%), Facebook (20,6%), Youtube (17,9%), Site Oficial (11,1%) sendo o *twitter* a rede social menos utilizada na campanha (4,1%). Já a estratégia usada pelos responsáveis da campanha de José Serra privilegiou o uso do Facebook (49,1%), sendo seguido pelo Flickr (21,3%), *twitter* (17,3%) e You Tube (17,3%).

Os dados preliminares acima demonstram que não ocorreu a adoção de uma estratégia semelhante entre os principais candidatos, corroborando com a percepção teórica que existe um novo ecossistema informativo, que emerge através das redes digitais conectadas.

Essa estrutura tecnológica baseada em relações informativas entre banco de dados, permitindo aos jornalistas a extração de relações de relevância social, é parte de uma nova etapa de inovação na Web, com a era denominada de Big Data. Essa etapa está proporcionando espantosa produção e armazenamento de quantidade de dados. Em vários formatos, esses dados estão disponíveis para serem cruzados e relacionados por jornalistas com habilidades multidisciplinares ou por estudiosos que possuem conhecimento sobre as tecnologias digitais conectadas.

Essa configuração midiática não foi prevista por algumas teorias do Jornalismo, entre elas, a esquematizada por Walter Lippman, como comenta Jack Fuller, “ a Era do Broadcasting para o Jornalismo configurou o estabelecimento de procedimentos que denomina de Modelo Padrão de Jornalismo Profissional (*Standard Model of Professional Journalism*), delineado por Walter Lippman e quase universalmente aceito pelos jornalistas” (2010, p.4).



Entretanto, projetos de Open Data, como o Neofluxo, além de ajudarem na construção de uma esfera pública interconectada impulsionam o Jornalismo para práticas mais sintonizadas com as demandas informativas da sociedade contemporânea.



REFERÊNCIAS

- BENKLER, Yokchai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom**, 2006. Disponível em:
http://cyber.law.harvard.edu/wealth_of_networks/Download_PDFs_of_the_book
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: **Definition, history, and scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13 n.1, 2007. Disponível em:
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- CORNU, Lucienne. **Neurocomunicação: para compreender os mecanismos da comunicação e aumentar competências**. Caxias do Sul: Educs, 2004
- ECHEVERRÍA, J. **Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno**. Barcelona: Destino, 1999.
- FULLER, Jack. **What is happening to news**. Chicago: The University of Chicago Press, 2010.
- GOMES, Wilson; BRENO, Fernando; REIS, Lucas; SILVA, Tarcízio. **Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008**. *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, vol.17, n°34, oct. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782009000300004&script=sci_arttext .
- LEMONS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na vida contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LIMA JUNIOR, Walter Teixeira; ROCHA, Ana Paula da. **Visualização de informações estruturada por bancos de dados digitais: o Jornalismo em sintonia com a complexidade informativa contemporânea**. *Revista Líbero*. São Paulo, v. 13, n. 26, p. 51-62, dez. de 2010. Disponível em: http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/12/17/1292605956.pdf
- LIMA JUNIOR, Walter Teixeira . **Pesquisa Aplicada na descoberta de novas tecnologias de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos**. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em: <http://pesac.iv.org.br/portal/Members/digital/paper/R1800-1.pdf>
- _____. **Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital**. *Líbero* (FACASPER), v. XII, p. 95-106, 2009.
- _____. **Fatores estruturantes das comunidades virtuais pioneiras nas redes sociais**. *Líbero* (FACASPER), v. XI, p. 109-116, 2008.



PIETOSO, Carolina Ribeiro. **Newspapers as Platforms: How Open APIs Can Impact Journalism.** Dissertação de Mestrado apresentada na City University (Inglaterra), 2009.