

Plataformização do fluxo internacional de informações

Introdução

ALAN OUAKRAT

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
alan.ouakrat@sorbonne-nouvelle.fr
0000-0002-6558-6239

CHRIS PATERSON

University of Leeds
C.Paterson@leeds.ac.uk

FRANCK REBILLARD

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
franck.rebillard@sorbonne-nouvelle.fr

JASMIN SURM

University of Leeds
J.Surm@leeds.ac.uk

CAMILA MOREIRA-CESAR

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
camila.moreira-cesar@sorbonne-nouvelle.fr
0000-0002-4899-8282



esta edição especial, esperamos aprofundar e alargar as reflexões acerca dos fluxos de notícias internacionais e como as *plataformas digitais privadas* – com sua crescente influência sobre todos os âmbitos da vida social – aumentam ou reduzem a *diversidade das notícias internacionais*. Apesar de estarem claramente interligados, esses temas são raramente considerados em conjunto. Contudo, nosso mundo é mediado por meio de um ecossistema de notícias cada vez mais complexo no qual os algoritmos das plataformas são centrais para aumentar a visibilidade das notícias (internacionais) junto ao público (Bucher, 2018).

Nessa linha, este dossiê prolonga as reflexões desenvolvidas em outro número publicado há quase uma década nesta mesma revista. Sem focar exclusivamente na circulação das notícias online, a edição *Fontes e Fluxos de Notícias* (2012) já apontava o crescente papel desempenhado pelos intermediários digitais. É impressionante notar hoje que, na época, tanto os indivíduos quanto as organizações (firmas) eram considerados como intermediários. Obviamente, agregadores de notícias como o Google News, lançado no início dos anos 2000, já estavam bem estabelecidos. No entanto, alguns pesquisadores se interessavam pelo papel dos blogueiros não apenas como retransmissores, mas também como produtores de informações. Da mesma forma, os sites de redes sociais eram vistos como ferramentas a serviço de seus usuários para a divulgação de

Pour citer cet article, to quote this article,
para citar este artigo :

Alan Ouakrat, Chris Paterson, Franck Rebillard, Jasmin Surm, Camila Moreira-Cesar, « Plataformização do fluxo internacional de informações », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 12, n°1 - 2023, 15 juin - june 15 - 15 de juno.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v12.n1.2023.532>



informações, bem como divulgadores de notícias produzidas por empresas de mídia.

Desde então, pode-se ter a sensação de que as empresas midiáticas se colocaram progressivamente a serviço das redes sociais digitais, relegando os internautas a uma posição de meros consumidores de conteúdos. Tal movimento para as redes sociais digitais prolonga assim aquele iniciado no passado com os motores de busca e levanta a hipótese de uma *media capture* infraestrutural (Nechushtai, 2018). Ao longo do tempo, a relação entre produtores de notícias e intermediários digitais se tornou cada vez mais integrada sob a forma de uma plataforma (Smyrniotis, Rebillard, 2019), onde os primeiros se converteram em fornecedores de conteúdo (*complementors*) dos segundos (*platforms*). As plataformas digitais são propriedades de empresas transnacionais cujo tamanho e concentração têm se expandido expressivamente (com Alphabet reagrupando Google e YouTube, Meta englobando Facebook, Instagram e WhatsApp). Assim, os desafios geopolíticos para a circulação de notícias em escala mundial se renovam à medida que os concorrentes ampliam sua zona de influência (inclusive via TikTok e a empresa chinesa ByteDance).

Décadas de pesquisa em comunicação sobre as desigualdades e desequilíbrios nos fluxos de notícias internacionais demonstraram uma assimetria entre os países do Norte Global e do Sul Global – com forte foco em agências de notícias internacionais e redes de mídia mundiais (Mattelart, 2014; Schiller, 1976). No entanto, esses conhecimentos precisam ser atualizados para dar conta das particularidades do contexto digital, dado que o jornalismo e a mídia foram transformados pela emergência de plataformas oligopolistas. Por muito tempo no centro das pesquisas em torno do fluxo de informações, as agências de notícias servem como “news intermediary organizations”, (Rantanen e Kelly, 2020, p. 1897) e desempenham um papel decisivo na comunicação e nos assuntos mundiais (Rantanen, 2021; Surm, 2020). Atuando como *gatekeepers*, elas influenciam e definem a agenda midiática internacional (Thussu, 2000, p. 130; Jukes, 2022, p. 5) e fornecem informações sobre acontecimentos distantes que as organizações de mídia não podem cobrir sozinhas em razão dos custos elevados da cobertura internacional (Jukes, 2022, p. 2; López del Castillo Wilderbeek, 2023, p. 919). A posição de agentes do imperialismo que as agências outrora ocupavam não desapareceu totalmente, a exemplo da Xinhua, que é frequentemente vista como liderando os esforços da China para influenciar a mídia a nível internacional (Madrid-Morales, 2021). Apesar de sua importância como atores globais no ambiente informacional mundial (Sánchez Marín, 2017, p. 158), as agências de notícias, e principalmen-

te suas práticas (Paterson, 2012: 1), continuam sendo pouco pesquisadas em comparação com outros tipos de mídia (Rantanen, 2021, p. 264). Da mesma forma, desde o último grande estudo em torno dos fluxos do noticiário internacional há duas décadas (Wu, 2000), as pesquisas acerca da circulação internacional das informações (de sua origem até seus canais de distribuição e geografia), é rara (à exceção de Watanabe, 2017).

À exemplo das agências de notícias, as plataformas digitais também se tornaram, em certa medida, transnacionais da informação. Ao contrário das primeiras, que estão a montante na cadeia de notícias, as plataformas estão a jusante. Eles se beneficiam, assim, do contato direto com os internautas – muitas vezes, em detrimento dos meios de comunicação. Assim, as questões de liberdade de expressão e pluralismo, tão importantes para as sociedades democráticas, também dizem respeito às plataformas digitais. Portanto, os regulamentos nesta área devem se aplicar igualmente às plataformas, do mesmo modo que os meios de comunicação.

Os Estados levaram bastante tempo para tomar consciência dessa situação. Para usar a metáfora de um ex-membro da autoridade reguladora da mídia francesa (CSA - Arcom), que também é pesquisador em economia das telecomunicações (Curien, 2021), por vários anos, os canais de televisão foram regulados como peixes em uma tigela, embora esta tigela estivesse imersa em um oceano de informações no qual os internautas nadavam.

Gradualmente, o quadro legislativo e regulamentar vai evoluindo e adaptando-se à informação que transita tanto pelas plataformas como pelos meios tradicionais. No entanto, há outro desafio, desta vez no âmbito internacional das gigantes tecnológicas. Com efeito, olhar para o quadro nacional já não é suficiente, é preciso passar para um estágio supranacional. A União Europeia é pioneira neste âmbito. O projeto European Media Freedom Act constitui uma novidade na medida em que as questões de liberdade da mídia geralmente não são tratadas a nível europeu. No entanto, colocar isso em prática revela-se difícil, visto que é preciso lidar com países que (para dizer de forma caricatural) são intervencionistas no Sul da Europa e preferem o livre intercâmbio no Norte da Europa, o que leva assim à elaboração de uma *meta-regulation* cuja implementação ainda está por vir (Cantro Gamiño, 2023). Sobre isso, pode-se suspeitar que a perspectiva neoliberal continuará dominando, dado que ela inspirou amplamente a regulação digital internacional até agora, baseada em particular na visão libertária de autorregulação que alimentou os ideais originais da Internet (Bietti, 2023).

A relação entre notícias e usuários evolui de forma dinâmica, parcialmente configurada pelas potencialidades digitais (*affordances*) desenhadas pelas plataformas. Por quase duas décadas, os telefones celulares foram associados ao uso de mídias sociais para distribuir conteúdo, incluindo notícias. No entanto, se poucas plataformas dominam os fluxos informacionais, quais são as consequências para o jornalismo internacional e, especialmente, para a diversidade das informações em escala mundial? Apesar da abundância de conteúdos online, sua originalidade, assim como sua qualidade, nem sempre estão à altura, o que é problemático para o pluralismo no ambiente digital (Paterson, 2007; Rebillard e Loicq, 2013). Reduzir as barreiras para a entrada dos produtores de informações no mercado não significa necessariamente mais pluralidade de fontes com igual visibilidade. Na verdade, isso pode contribuir para uma homogeneização do noticiário devido ao entrelaçamento das lógicas de controle econômico e político. Se a produção de notícias é mais descentralizada e permeável a mais vozes, o processo de seleção ainda é a chave da visibilidade (e de acesso ao público) e permanece controlado principalmente pelas plataformas no âmbito digital. Como esse controle afeta o fluxo internacional de notícias no ambiente digital? Ele contribui (ou não) para homogeneizar o sentido da vida social e dos acontecimentos?

Enquanto o consumo de notícias através dos canais tradicionais (imprensa, rádio e televisão) diminuiu em escala internacional na última década, as consultas online aumentaram, mas apenas marginalmente (Newman et al., 2022). Isso sugere uma crescente desconexão dos públicos *vis-à-vis* das notícias (5% em 2022), o que coincide com um declínio geral do interesse pelo jornalismo. No geral, o Facebook é a rede mais popular para ler notícias online, embora seu uso tenha diminuído 12% desde 2016. No entanto, o consumo de informações nas mídias e redes sociais digitais varia nas diferentes regiões do mundo. Se a África e a América Latina apresentam um uso superior aos países ocidentais, as plataformas usadas diferem. Embora o Facebook seja usado por 59% na África, o WhatsApp (55%) e o Telegram (18%) são igualmente populares. Na América Latina, por sua vez, as principais redes sociais digitais apresentam uma importância bastante similar em comparação com a Ásia, onde o uso das plataformas é altamente dependente do país. Além da posição de destaque do GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), entender a circulação internacional das informações exige considerar o surgimento de atores concorrentes e outras áreas geográficas. Deste modo, o desenvolvimento da BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi), bem como a rápida expansão mundial da rede social chinesa TikTok sugerem uma mudança nas relações de poder. Embora o TikTok ainda seja mais popular entre os jovens com menos de 25 anos (chegando a 40% dos quais 15% para o consumo

de notícias), seu uso em todas as faixas etárias aumentou constantemente.

Nos países do Sul, o papel do Google e do Facebook como serviços ou aplicativos de web é complementado pela importância de dispositivos de mensagens instantâneas como o WhatsApp (também propriedade do Facebook) ou o Telegram. Ainda que não privilegie a produção de jornalismo original, o WhatsApp é uma peça-chave do ecossistema informacional brasileiro ao interagir com os fluxos de outras plataformas e mídias tradicionais (Piaia & Alves, 2020). WhatsApp e Telegram assumiram um papel estratégico na orquestração de campanhas de desinformação durante as eleições brasileiras de 2018 e 2022, acentuando a polarização política neste país (Chagas, 2022; Moreira Cesar & Santos, 2020; Baptista et al, 2019), e seu papel na difusão de desinformação na África é considerável (Wasserman & Madrid-Morales, 2022). Recentemente, a pandemia de COVID-19 encontrou um terreno fértil para disseminar teorias da conspiração e iniciativas de “reinformação” no ambiente digital. Diante desses problemas, a legislação brasileira, por exemplo, tem se preocupado especialmente com uma “regulação social” da internet, tornando secundária a sua regulação econômica (Ruediger, 2022).

A cooperação entre organizações de mídia e plataformas digitais (de grande porte) é multifacetada. Ela inclui iniciativas de financiamento relacionadas à inovação (Ouakrat, 2020; Papaevangelou & Smyrniais, 2022; Papaevangelou, 2023), bem como a colaboração com governos e principais atores do setor midiático para combater a desinformação. Por exemplo, o projeto Meta Journalism Project, dedicado ao *fact-checking*, foi liderado pela Agence France Presse (AFP) e envolveu mais de cinquenta empresas midiáticas durante as eleições francesas de 2022. Dessa forma, as agências de notícias ocupam uma posição privilegiada para co-regular o ambiente informacional com plataformas e os principais *media*, bem como para interferir na seleção e verificação das informações que serão divulgadas junto ao público. Embora não seja explicitamente vinculado a notícias, mas a um conteúdo mais amplo gerado pelo usuário (UGC), a moderação das plataformas ocorre principalmente no Sul Global (conforme documentado, por exemplo, por Roberts, 2019). O objetivo é reduzir o custo dessa atividade, mas sem garantia de que os interesses do Sul sejam devidamente representados. Este tipo de conteúdo segue sendo beneficiado pela moderação nas línguas dominantes (inglês, francês e português, por exemplo) e apresenta menor consideração por outros idiomas. Isso exigiria recursos (humanos e monetários) que as plataformas ainda não estão dispostas a dedicar a essa atividade crucial, embora disso dependa a qualidade do serviço que prestam aos usuários. Aqui também há uma governança de dois níveis, com moderação automatizada

para a maior parte dos conteúdos e idiomas e uma moderação humana diferenciada para países específicos e usuários dos países do Norte.

O poder das plataformas levou a pedidos de regulamentação para melhorar sua conformidade e estabelecer leis sobre propriedade intelectual, privacidade (como RGPD na União Europeia), concorrência e antitruste, evasão fiscal e disseminação de desinformação. A capacidade de interromper o fluxo de notícias em escala continental tornou-se aparente em 2021, quando o Facebook e o Google foram alvo de uma legislação australiana destinada a garantir uma retribuição às organizações de mídia pelas notícias distribuídas pelas plataformas. As demissões em massa e os cortes orçamentários, bem como uma regulamentação mais rigorosa por parte de autoridades administrativas e supranacionais, a exemplo das decisões europeias como a DSA/DMA, estão levando as plataformas a uma dinâmica de inovação mais prudente em relação à privacidade, publicidade direcionada e distribuição de conteúdos informativos. Apesar dessa nova situação, as plataformas digitais mais robustas permanecem influentes. Justamente por isso, é necessário seguir analisando suas lógicas de expansão, de dominação e de controle sobre a distribuição das informações, bem como as maneiras pelas quais atores tradicionais provedores de notícias se adaptam a elas. A governança e a regulação das plataformas devem ser monitoradas pela sociedade civil e pela comunidade científica se quisermos caminhar para um ambiente informacional mais politicamente e culturalmente pluralista.

Este número reúne três artigos, incluindo uma entrevista de Tristan Mattelart por Chris Paterson e dois textos de Raphaël Lupovici e Darsana Vijay, apresentados durante a pré-conferência da ICA realizada em Paris em 26 de maio de 2022 (evento realizado em colaboração entre a Université Sorbonne Nouvelle e a Leeds University). A entrevista de Mattelart aprofunda a presente introdução por meio de uma perspectiva histórica e referências a estudos de especialistas da economia política (crítica) da comunicação sobre a circulação da informação, atualizados pela revisão de pesquisas sobre plataformas. O pesquisador sugere

conexões e continuidades entre esses diferentes trabalhos, em vez de esquecer os legados das pesquisas precedentes. Em seguida, Darsana Vijay explora como, na Índia, os atores de mídia locais têm de adaptar a forma como apresentam as notícias às audiências de acordo com a lógica publicitária do Facebook. Por fim, a contribuição de Raphael Lupovici sobre os Coletes Amarelos (movimento social francês) e os Comboios da Liberdade (no Québec) nos convida a pensar sobre a (redefinição das) fronteiras entre jornalismo e ativismo mediado pelas plataformas, em particular o Facebook.

Longe de esgotar o assunto, gostaríamos de considerar este trabalho como uma etapa no trabalho de documentar e analisar o que está em jogo quando as plataformas internacionais assumem o controle do ambiente midiático, afetando as dinâmicas de circulação assim como a diversidade das notícias internacionais. Muitas perguntas ainda não foram respondidas e podem abrir caminhos para pesquisas futuras: quão responsáveis são os gigantes da tecnologia em relação ao seu impacto nas economias do setor das mídias e das indústrias culturais? Como poderíamos imaginar uma “circulação livre e equilibrada” de notícias online que não seria orientada para o mercado ou controlada politicamente pelos governos, mas capazes de oferecer novos recursos aos cidadãos? De que maneira o controle algorítmico sobre o fluxo informacional influencia o debate público? O YouTube contribui ativamente para a diversidade informacional? Se sim, como? O TikTok e o Snapchat são mais propensos à diversidade noticiosa do que plataformas já bem posicionadas como Facebook ou Google? Quais são as oportunidades para resistir ou reduzir o poder das plataformas sobre a circulação das notícias em escala internacional? E como regular, em benefício do interesse coletivo, o poder privado dos gigantes da tecnologia quando eles ameaçam a democracia e a sociedade?

Traduzido por Laure Schalchli

REFERÊNCIAS

- Baptista, A., Rossini, P., Veiga de Oliveira, V., & Stromer-Galley, J. (2019). A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, 13(3), 29-46.
- Bietti, E. (2023). A genealogy of Digital Platform Regulation. *Georgetown Law Tech Review*, 7, 1-6.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Cantero Gamito, M. (2023). The European Media Freedom Act (EMFA) as meta-regulation. *Computer Law & Security Review*, 48.
- Chagas, V. (2022). WhatsApp and Digital Astroturfing: A Social Network Analysis of Brazilian Political Discussion Groups of Bolsonaro's Supporters. *International Journal of Communication*, 16, 2431-2455. Available from: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17296/3770>>.
- Curien, N. (2021). The Audiovisual Industry Facing the Digital Revolution: Plunging the Predigital Fishbowl into the Digital Ocean. In: Matei S.A., Rebillard F., Rochelandet F. (eds.), *Digital and Social Media Regulation. A Comparative perspective of the US and Europe*, Palgrave Macmillan, p. 17-43.
- Eurostat. (2022). *Consumption of Online News Rises in Popularity*. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220824-1>.
- Jukes, S. (2022). *News Agencies. Anachronism or Lifeblood of the Media System?* London and New York: Routledge.
- López del Castillo Wilderbeek, F. L. (2023). Digital Native Media and Dependence on News Agencies in Spain. *Vivat Academia*, 156, 89-106.
- Madrid-Morales, D. (2021). Who Set the Narrative? Assessing the Influence of Chinese Global Media on News Coverage of COVID-19 in 30 African Countries. *Global Media and China*, 6(2), 129-151.
- Mattelart, T. (2014), « Les enjeux de la circulation internationale de l'information », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5. DOI: 10.4000/rfsic.1145
- Moreira Cesar, C., & Santos N. F. (2020). Quelle place pour les communicants politiques à l'ère des campagnes WhatsApp au Brésil ?, *Quaderni*, 101, 77-96.
- Nechushtai, E. (2018). Could digital platforms capture the media through infrastructure? *Journalism*, 19(8), 1043-1058.
- Newman, N.; Fletcher, R.; Robertson, C.T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>.
- Nielsen, R. K., & S. A. Ganter. (2018). "Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations between Publishers and Platforms." *New Media & Society* 20(4), 1600-17.
- Ouakrat, A. (2020). Négocier la dépendance ? Google, la presse et le droit voisin. *Sur le journalisme*, 9(1), 44-57
- Papaevangelou, C. (2023). Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism, *Digital Journalism*. DOI: [10.1080/21670811.2022.2155206](https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206)
- Papaevangelou C., & Smyrniaos N. (2022, not published). Regulating dependency: the political stakes of online platforms' deals with French publishers. HAL <https://hal-univ-tlse2.archives-ouvertes.fr/halshs-03747847v2>
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *The International Journal of Communication Ethics*, 4 (1/2), 2007, 57-66.
- Paterson, C. (2012). News Agencies. In: Donsbach, W. ed. *The International Encyclopedia of Communication*. Hoboken: John Wiley & Sons, pp.1-7. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn015.pub2>.
- Pew Research Center. (2018). Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://www.pewresearch.org/global/2018/01/11/publics-around-the-world-follow-national-and-local-news-more-closely-than-international/>.
- Piaia, V. & Alves, M. (2020). Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. 43(3), 135-154.
- Rantanen, T. & Kelly, A. (2020). Abnegation, Accommodation and Affirmation: Three Discursive Modes for the Institutional Construction of Independence among National News Agency Executives in Europe. *Journalism*. 21(12), 1896-1912.
- Rantanen, T. (2021). Toward Hybridity? Nationality, Ownership, and Governance of News Agencies in Europe. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 98(1), pp.263-282.
- Rebillard, F. & Loicq, M. (eds.). (2013), *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, De Boeck.
- Roberts, S. (2019), *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*, Yale University Press
- Ruediger, M. A. (Coord.) (2022). Regulação de plataformas digitais: uma contribuição para a análise do debate nacional frente a um desafio global. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP.
- Sánchez Marín, G.; Micó Sanz, J. L., & Justel Vázquez, S. (2017). Journalistic Multi-Skilling in the News Agencies AFP, EFE, ANSA, and ACN. *Trípodos*. 41, 157-172.
- Schiller, H. I. (1976), *Communications and Cultural Domination*, New York, M.E. Sharpe.
- Smyrniaos, N. (2018), *Internet Oligopoly. The Corporate Takeover of Our Digital World*, Emerald Publishing, 191p.
- Smyrniaos, N., Rebillard, F. (2019). How infomediation platforms took over the news. A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1), pp. 30-50.
- Surm, J. (2020). AFP, EFE and dpa as International News Agencies. *Journalism*, 21(12), 1859-1876.
- Thussu, D.K. (2000). *International Communication. Continuity and Change*. London: Hodder Education.
- Watanabe, K., (2017). The Spread of the Kremlin's Narratives by a Western News Agency During the Ukraine Crisis. *The Journal of International Communication*. 23(1), 138-158.
- Wu, H. D., (2000). Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries. *Journal of Communication*. 50(2), 110-130.

