

## Primeiras impressões da pesquisa sobre o jornalismo no tempo dos filtros virtuais<sup>1</sup>

Luis Gustavo VARELA<sup>2</sup>

Marília Crispi de MORAES<sup>3</sup>

Instituto Superior e Centro Educacional Bom Jesus Ielusc, Joinville, SC

### Resumo

O jornalismo sofre transformações constantes com a inovação tecnológica e busca nela a instantaneidade e a parceria de melhor informar. E não estou falando de um futuro do por vir, mas sim de um futuro que vivenciamos no presente. É a partir dessa perspectiva que se apresenta reflexões acerca da reconfiguração do jornalismo e do papel do jornalista em seu novo ambiente de trabalho. Não somente nas ruas, onde o repórter sempre esteve acostumado, mas também nas “infovias” que percorre no ciberespaço. Um novo ambiente propício à interação social que possibilita uma relação dialógica entre emissor e receptor. O presente artigo é um esboço dos estudos monográficos que compõem a formação superior no curso de Jornalismo. Uma revisão na literatura ainda insuficiente no campo de estudos do jornalismo permite a apresentação de propostas para se pensar a transformação da profissão, lançando dúvidas e questionamentos que direcionam a continuidade do Trabalho de Conclusão de Curso.

**Palavras-chave:** jornalismo; filtros virtuais; *gatekeeper*; ciberespaço.

### 1 Introdução

Este artigo pretende apresentar algumas reflexões sobre a transformação do jornalismo em meio ao ciberespaço. É parte dos questionamentos levantados para conduzir as reflexões do Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de graduação do Curso de Jornalismo do Bom Jesus Ielusc. Por isso, faz-se necessária uma contextualização e apresentação dos principais desdobramentos que a utilização do ciberespaço oferece para a produção de notícias e, conseqüentemente, a construção de novas narrativas do jornalismo.

Os espaços tradicionais de circulação de informação e anúncio vêm se transformando ao longo do tempo. O ambiente digital, cada vez mais, se caracteriza como uma alternativa de acesso às notícias e informações antes disponíveis apenas em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo do Curso de Jornalismo do Bom Jesus Ielusc, email: luis.varela@folha.com.br

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Bom Jesus Ielusc, email: jp\_mariliamoraes@hotmail.com

publicações impressas e meios tecnológicos de TV e de rádio dos quais o jornalismo sempre se apropriou. Na internet, não seria diferente, tornando-se um ambiente potencializador da prática profissional que cresce e se expande a partir da intensificação do ambiente web como espaço de publicação e distribuição de notícias.

O ambiente digital que se propõe estudar será investigado no âmbito da cibercultura e da vigilância virtual concentradas nas informações divulgadas na rede. Como essas informações de caráter pessoal e privado inseridas em um espaço que é público, mas que ao mesmo tempo reivindica segurança e privacidade, pode colaborar para uma nova forma de narrativa jornalística e sua sustentação? Do mesmo modo que a internet pode colaborar como espaço que potencializa a distribuição da informação, também acaba atraindo para si os anúncios e publicidades do qual o jornalismo tradicional se financia.

A cibercultura está manifesta principalmente no hábito de obtenção de informação pela internet, um meio de comunicação ágil, interativo e diversificado que pode ser considerado um “tudo em uma”. É esse hábito que está causando a primeira grande mudança na forma de consumo de informação noticiosa típica de uma cultura anterior: a de ir à banca de revista – geralmente pela manhã – comprar o jornal e levá-lo para ler no trabalho ou em casa. Diversas pesquisas apontam para o decréscimo das tiragens dos jornais off line. As previsões do fim do jornal em papel variam para daqui a 20 até 35 anos (PADILHA, 2012, p. 116).

A palavra cibercultura é categorizada como de justaposição, tendo como prefixal o termo “ciber” advindo da palavra inglesa cybernetics que, por sua vez, é originária da expressão grega kubernetés, cuja principal significação é a arte de pilotar, dirigir ou governar (PADILHA, 2012, p. 118), talvez seja essa a motivação mais íntima que leve este jovem pesquisador a se inquietar com as transformações no ciberespaço, afinal a ação de pilotar e dirigir sempre me apeteceu.

No jornalismo o modo de produção advindo da cibercultura foi absorvido em pouco tempo se considerarmos que a forma de se fazer pautas, matérias, reportagens, notas, chamadas etc., não teve mudanças significativas até meados do século XX. A inserção da informatização e da internet nas redações tirou o jornalismo do seu réquiem. (PADILHA, 2012, p. 121)

Um exemplo seria a obtenção de informações ou entrevistas concedidas a jornalistas por meio de chats online ou mesmo a troca de email. Essa forma de colher informação ainda passa por um estereótipo que é perfil do jornalista ter um contato pessoal com seu

entrevistado ou fonte da informação, mas que já são raras as fontes que permitem esse contato pessoal e preferem passar informações virtualmente.

Mas não apenas essa inquietação íntima entre a equivalência do significado da terminologia “ciber” e a prática de dirigir tenha colaborado para a proposta dessa investigação. Muito mais que isso, um questionamento anterior a respeito da personalização dos anúncios a partir da comercialização de dados pessoais concentrados em grandes servidores como Google e Facebook me motivou a entender esse fenômeno que ocorre com a navegação logada durante o consumo de produtos ou interações sociais feitas pelos cibercidadãos na rede e os rastros digitais dessa navegação. Outrossim, a expansão dessa inquietação é questionar como a ação comercial afeta na filtragem de camadas mais profundas da rede para o consumo de informações e conteúdo jornalístico. Ou seja, busco compreender em que medida o mercado assume o ambiente digital e o fator financeiro torna-se um influenciador na decisão do que se torna ou não notícia.

O financiamento do jornalismo está cada vez mais complicado e está, por exemplo, determinando o enxugamento das redações. A produção de Luciana Carvalho (2010) pode ainda colaborar na crise da instituição imprensa.

Atualmente, esse processo de “desintermediação” (LEVY, 1998) exacerba-se com as interações que ocorrem na ambiência das denominadas mídias sociais digitais, a partir de ferramentas que permitem que qualquer pessoa com acesso à internet produza conteúdo, gere e distribua informação, opine, comente, construa ou mantenha suas redes sociais no ciberespaço. São sites como Facebook, Twitter, Orkut, Myspace, Youtube5 e tantos outros, em que basta se cadastrar e criar um perfil para postar e compartilhar informações em forma de texto, imagem ou vídeo. Esses serviços permitem que qualquer “interagente” (PRIMO, 2003) possa atuar como um intermediário de informações em sua rede de amigos ou seguidores na mídia social digital. É outro modelo de mediação descentralizada e interacional, onde todos podem, ao atuar como intermediários em potencial operar, paradoxalmente, uma crise de legitimação das instituições intermediárias, como é o caso do jornalismo (CARVALHO, 2010, p. 20).

Partindo desse pensamento, Levy também nos confirma que as mídias tradicionais, inseridas no ciberespaço, mudam de forma. E nos exemplifica:

A televisão integrada ao ciberespaço não funcionará mais segundo o princípio da programação por horário, mas propondo programas de geometria variável, explorando as possibilidades de interatividade. Além disso, o mesmo espaço de comunicação acolhendo os produtos das grandes indústrias de programa conterá também vídeos propostos por amadores,

jornalistas alternativos, atores, políticos, sociais e culturais diversos (LEVY, 1998, p. 45).

Assim, Levy constata que o surgimento do ciberespaço cria uma situação de desintermediação, cujas implicações políticas e culturais pretendem-se avaliar.

## **2 O guardião do portão (gatekeeper)**

Apesar disso, pensadores do jornalismo pós-industrial, como C.W. Anderson et al (2013) da Columbia University, avaliam que o cenário é propício para tentar fazer algo melhor com a criação de uma nova instituição. Raras são empresas de comunicação que incentivam a ruptura, espera mudanças e considera que nada está gravado em pedras.

O mesmo relatório evidencia o que parece óbvio: todo jornalista tem - aliás, sempre teve - uma rede que para criá-la e mantê-la eficaz requer tato, mas também a imposição de limites bem concretos. Exige tempo reflexão e processo. Exige critério, até porque uma rede implica proximidade e o jornalismo exige distância. Logo, garantir ambas é difícil.

A discussão não visa, em primeiro momento, a neutralidade do jornalismo. Mas o que C. W. Anderson et al (2013) ressalta é uma isenção, certo distanciamento dos fatos que uma reportagem, por exemplo, pode não dar conta de manter, já que a profundidade do acontecimento exige também aproximações. Em rede isso se torna ainda mais difícil. O relatório exemplifica como as mídias sociais digitais se propagam, gerando conteúdos e informações.

Todo indivíduo, assunto ou lugar tem o potencial de contar com uma rede visível a seu redor. Diariamente, serviços como Facebook, YouTube, Twitter, Orkut e Weibo publicam muito mais conteúdo do que a produção somada da mídia profissional no mundo todo. Logo, garimpar relacionamentos, conversas e história será cada vez mais importante para a coleta de informações. A ferramenta de agregação Storify e o projeto irlandês de jornalismo Storyful, que vasculha a atividade em redes sociais para buscar notícias e buscar fatos, são como agências de notícias sociais: garantem mais proteção e filtro jornalístico do que as plataformas em sua base, sempre tentando imprimir algum sentido a informações dispersas e não raro confusas (ANDERSON et al, 2013, p. 48).

Conforme o relatório, à medida que indivíduos, empresas e governos vão criando e soltando dados em volumes cada vez maiores, vemos que disponibilidade e acessibilidade, no caso de dados, são coisas distintas. Entender a natureza daquilo que conjuntos imensos de dados oferecem, saber compor narrativas e tirar conclusões que deem sentido a

informações talvez falhas ou parciais, é um trabalho importante. Assim como precisa de gente com um conhecimento de tecnologias da comunicação e ciência da informação, o jornalismo precisa converter cientistas de dados e estatísticos em competências centrais dentro de seu campo de atuação.

Eli pariser (2013) fala em curadoria de conteúdo, aquele agente da internet, seja veículo ou internauta que seleciona as informações e publicações disponíveis na rede e edita para republicação renovada nas plataformas de difusão online. A ferramenta Storify, citada pelo relatório, rastreia as manifestações na rede sobre determinado assunto, hoje, comumente tratado como “tag” e converte em uma linha do tempo com os principais links, mídias, sendo evidentemente eficaz para o jornalismo. É possível verificar, ainda que superficialmente, sem explorar tanto, que a utilização desse tipo de ferramentas permite aos webjornais a republicação desses conteúdos, mas sem a devida informação da onde o encontrou. Ou seja, o veículo insiste em tomar para si uma informação que está livre. Dou como exemplo a publicação da notícia das inscrições para o Enem, que tem um Portal oficial de informações, sobre o qual o webjornal não menciona. O veículo converte as informações para seu espaço “oficial” para que o internauta tenha todas as informações e ali navegue o maior tempo possível. São raros os webjornais que fazem essa referência ao trabalho original, ao endereço oficial, embora seja uma ação que amplia a informação ao internauta.

Em uma recente qualificação de banca para as monografias em julho deste ano (2014), fui convidado a considerar também o contrário: quando os buscadores e outras formas de mídia, nem sempre noticiosas ou com produções próprias de notícias, também se apropriam dos conteúdos produzidos por jornalistas. A Associação Nacional de Jornais (ANJ) instituiu aos jornais que bloqueiem o conteúdo das buscas para que sejam compradas pelos buscadores, assim como ocorre com a imprensa na França. Essa reflexão permite vários direcionamentos, principalmente pensar na censura e o acesso livre de conteúdo na internet, que pode estar se desenhando para ser cerceado.

Essa forma de filtrar as informações, notícias e conteúdos aos internautas/leitores sem citar nem mesmo outros webjornais, algo inadmissível por esses veículos, quem dirá de outros grupos ou conglomerados de comunicação, se configura, aparentemente, como uma questão meramente comercial para não anunciar nenhum concorrente. São resquícios da competição dos meios de comunicação inseridos em um ambiente completamente projetado

para compartilhamento e troca. O sistema capitalista tenta dominar esse espaço online que tem outra configuração.

Convém observar que, para além das ferramentas mencionadas capazes de auxiliar o jornalismo em uma reconfiguração da apuração, forma narrativa e prática profissional, o ciberespaço é uma plataforma altamente mutável e que ainda permitirá novos avanços para o jornalismo. Os autores do relatório da Columbia University entendem que a conversão da informação em estatísticas e sites especializados em temas segmentados, em vez da velha reportagem, estão em conflitos com as prioridades de muita redação. Tais avanços são verossímeis no atual percurso da rede.

Embora a reportagem seja o pilar do jornalismo, o Homicide Watch mostra que ferramentas de reportagem podem ser usadas das mais variadas formas. Um banco de dados que converte cada detalhe apurado pelo repórter em informação estruturada com o intuito de produzir mais conteúdo é um bom exemplo disso. Um sistema de comentários que permite ao usuário destacar e filtrar observações úteis é outro exemplo. Nem todo jornalista terá domínio de toda área de trabalho. Por reconhecer a centralidade da reportagem, nossa atenção aqui se concentra em recursos novos que já exigidos para um trabalho melhor de reportagem, mas que ainda são escassos (ANDERSON et al, 2013, p. 48).

Cabe destacar, ainda, que a participação no VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) em setembro de 2013 proporcionou novos direcionamentos para o projeto de pesquisa e permitiu, diante dos debates nas apresentações dos grupos de trabalhos, com a indicação de bibliografias, afinar um recorte mais próximo ainda do jornalismo.

Parte-se da provocação de Eli Pariser (2012) ao constatar a existência da bolha dos filtros em seu livro “O filtro invisível” para estabelecer o recorte de pesquisa entre as relações que existem com os filtros de informações por algoritmo dos filtros realizados pela edição de jornalistas em redações tradicionais e, inclusive, do ciberjornalismo sob o alicerce da teoria jornalística do gatekeeper.

O guardião do portão surge no século XVIII com a reconfiguração industrial da produção da notícia, com o jornalista estabelecendo quais as informações de interesse público deveriam ser publicadas. Com a revolução virtual, esse portão ficou livre para que o público leitor, em especial, o cibernauta, pudesse encontrar outros assuntos, interesses e informações. O cenário atual da comunicação multimidiática se caracteriza pela customização da internet por meio dos algoritmos e de camadas mais profundas da rede,

especialmente conhecidos como robôs de busca, configura perfis de acordo com informações depositadas na rede, formando uma bolha que cerca esse usuário de conteúdos que estejam dentro das características definidas, não raro despercebida pelos cibercidadãos.

A teoria do gatekeeper, ou guardião do portão, vem de encontro com o controle da informação e do acesso a dados. As definições de notícia quando o jornalismo era o guardião da informações eram pautadas em critérios noticiosos, éticos, linha editorial e ainda são mas quais são os critérios estabelecidos para esse novo tipo de filtro e edição que a própria bolha da internet cria? Em que medida a filtragem da internet interfere na edição do conteúdo jornalístico? De que maneira o jornalismo é pautado e editado por características de perfis/cibercidadãos? Novos critérios de noticiabilidade estão atuando no ciberjornalismo com a repercussão em redes sociais, por exemplo? Por que diálogos e interações em rede social acabam virando manchetes? São estas algumas questões norteadoras para compreender e estudar o recorte de pesquisa que confere essa transformação do gatekeeper no jornalismo.

A preocupação é reforçada pelos autores do relatório de pesquisa da Columbia University a respeito do jornalismo pós-industrial. Anderson, Bill e Shirky traçam as principais diferenças da circulação da notícia no jornalismo tradicional e a obtenção de informações nas novas mídias:

O fato de que o público chega a notícias cada vez mais por meio de links compartilhados em redes sociais, e não por agregadores de notícias tem implicação para repórteres e editores. A ignorância geral sobre o modo como o público consumia a informação não era um problema durante o reinado do modelo industrial do jornalismo. Já no mundo fragmentado e solto de hoje, saber como o público consome a informação, e se o que você escreve, grava ou fotografa chega a quem deveria chegar, é algo crucial (ANDERSON, C.W. et al, 2013, p. 50).

### **3 Proposta inicial de objeto**

Com base nos pressupostos teóricos, a pesquisa sobre o jornalismo pós-industrial perpassa pelas reconfigurações do fazer jornalístico no ambiente digital, o chamado jornalismo digital. Nesse sentido, para além das revisões bibliográficas sobre a teoria do gatekeeper, do newsmaking e das novas formas e estruturas das funções dentro do jornalismo, elaborou-se uma proposta metodológica para estudo individual de casos sobre o tratamento dado às notícias extraídas das interações sociais, observando determinados sites

de relacionamento e portais de notícias. Para isso, a pesquisa pretendia eleger veículos de circulação impressa e digital que publiquem pautas a partir de informações depositadas inicialmente em redes sociais para monitorar se a origem de conteúdo parte de interações sociais na internet.

A investigação aponta para um estudo qualitativo que busca entender a maneira como as novas práticas jornalísticas se apropriam de informações geradas pelas interações sociais da rede, mas que deixam de ser notícia quando publicadas ou repercutidas em veículos jornalísticos. Afinal, a maioria das repercussões reproduz o que já se sabe durante a interação social, sendo absorvida pela publicação para confirmar a existência desse conteúdo e legitimar o episódio.

A pesquisa abordaria provisoriamente um episódio de cunho completamente pessoal que foi extremamente abordado e repercutido pelos veículos de comunicação nacional, em abril de 2013. Foi o caso do diálogo entre o professor de uma instituição de ensino e sua aluna de graduação. A interação em rede pessoal ocorreu por bate-papo, mensagem de texto instantânea e privada que foi reproduzida pela própria aluna em sua página pessoal do Facebook. Antes de reproduzir ela inseriu “Estou compartilhando uma conversa pra mostrar com se trai um namorado e como se conquista um professor da sociesc...”. A exploração do episódio durante semanas acabou revelando que o próprio namorado da aluna do professor tinha compartilhado o conteúdo e invadindo o perfil da jovem. Não irei analisar esse caso de forma profunda neste primeiro momento, mas adianto que a repercussão atingiu sites e jornais impressos locais, no caso com circulação e maior acesso de habitantes da cidade de Joinville e publicações nacionais do site Revista Galileu e a versão digital do Jornal Extra do Rio de Janeiro, por exemplo. Gerou conteúdos em blogs de fofocas e vídeos do YouTube e resultou na criação de memes no miniblog Twitter, retratando de forma irônica o conteúdo da conversa. Nem mesmo o apelo comercial perdeu tempo em associar os produtos citados no bate-papo com a oferta da semana de lojas como as marcas do Ponto Frio e do Posto de combustíveis e conveniência Sinuelo.

Só neste caso temos uma invasão manual de espaços privados, uma interação dos internautas que tiveram acesso ao conteúdo e que expandiram a visualização, criando virais de memes e ilustrações da conversa, o aspecto criativo (embora oportunista) de associação comercial e a repercussão na imprensa de um caso extremamente particular que vazou na internet por vingança do “namorado traído”.

A abordagem provisória desse episódio não determina a escolha como objeto, até porque o caso não tem fôlego para se sustentar como objeto da pesquisa. No entanto, torna-se multiuso quando agregado a ele vários aspectos como invasão de dados privados, monitoramento e vigilância das interações sociais, apelo comercial e repercussão de conteúdo jornalístico. Pois atinge um pico de audiência que assume uma característica viral e promove um interesse popular pela discussão alheia.

Analisar esse caso em profundidade poderia enriquecer e esclarecer as principais ligações do jornalismo com um caso que gerou tanta repercussão entre os próprios atores da rede social. Afinal, a repercussão midiática faria diferença no conhecimento e acesso às informações sobre o caso? Podemos imaginar que, em um site de notícias, esse caso estaria deslocado para leitores, pois quem entendeu mesmo o que estava acontecendo estava no embalo das redes sociais. Para cumprir o papel do jornalismo, o editor teria que destrinchar todo esse caso e levar em conta usuários e não usuários da rede social, desde a criança até os avós que são acostumados a ler as notícias nesses portais. Talvez a simples repercussão do caso não deve ser considerada uma pauta ou a melhor maneira de abordar essa pauta, mas o aprofundamento de problemas sociais que aparecem aglutinados ao caso sim.

A perspectiva metodológica pretendia, então, avaliar, principalmente, o processo de produção da notícia a partir da “recomendação” ou grande interação social dos atores da rede. Essa perspectiva renderia aos jornais online uma parcela dos acessos e interações gerados na rede social, renderia os cliques, a audiência e a permanência nas páginas virtuais do veículo, aumentando sua visualização. Embora possamos friamente perceber essa ação como uma reformulação comercial para atrair novos visitantes e consumidores de conteúdos jornalísticos em seus portais, também podemos supor uma possível reconfiguração da função do editor (jornalista/público). Nesse caso em específico, não apenas os jornalistas são influenciados pelos assuntos gerados das interações sociais, mas os próprios mecanismos de buscas e filtros das camadas mais profundas da internet poderiam interferir nessa edição, nessa apresentação e escolha do que é notícia ou não. Isso pode representar o jornalismo que atende ao interesse do público para ganhar acesso e ser rankiado em buscadores, deixando de lado o interesse público.

#### **4 Reavaliação metodológica da pesquisa**

A intenção da pesquisa se lapida com a proposta de questionar de que maneira o jornalismo também pode se reconfigurar na forma em que obtém informações por meio desse novo canal de interação, tornando-se um sistema de monitoramento que auxilia a apuração jornalística e possibilita novos métodos para o exercício da profissão. Para além, de que forma o jornalismo também pode se apropriar desse tipo de informação que permite monitorar as preferências de leitores/público que colabore na produção da notícia, como facilitadores de acesso a dados.

De encontro à influência comercial na decisão do que se torna ou não notícia, o autor de *A imaginação sociológica*, Wright Mills, aborda uma perspectiva empolgante quando evidencia as próprias experiências de pesquisa para despertar estímulos de continuação neste novato pesquisador. O exemplo que ele fornece de sua própria pesquisa, que acaba por se tornar uma trilogia sobre as classes sociais, desde os líderes trabalhadores, prestadores de serviços, gerentes e chefes até os donos e acionistas de empresas e instituições, relaciona-se diretamente com o poder. Particularmente com as classes e, principalmente, com as elites e suas decisões.

A problemática de pesquisa individual que tento consolidar, também, se relaciona com o poder com a elite e decisões. As novas formas de fazer o jornalismo possibilitaram não apenas aos jornais convencionais decidir o que é ou não é notícia, mas, também, ainda que incoerente, a internet e todos que trafegam no ciberespaço participar ou interferir de alguma forma dessa decisão. Pois esse ciberespaço surge como quebra de paradigmas e dogmas impostos pela mídia tradicional. É um espaço no qual existe uma comunicação de todos para todos, numa via que deixa de ter o sentido único da emissão de notícias dos jornais e, em vez de uma relação unilateral, passa a se tornar uma relação dialógica de comunicação, na qual todos podem ser emissores e receptores.

Intrinsecamente, está relacionado ao poder e à elite toda a forma de propriedade, simbolizada, aqui, por cercas e muros. Não obstante, a internet ou, como queiram, o ciberespaço, surge como um ambiente pretensiosamente disposto a eliminar as cercas. Embora torne-se, hoje, uma rede de bolhas filtradas, demarcada por perfis.

Não é possível falar de poder sem mencionar o sistema de produção originado pela contaminação do sentido de propriedade. Imaginemos que, fisicamente, os territórios não fossem demarcados. Assim era a internet, que evoluiu ao demarcar lugar no ciberespaço por

meio de domínios. Esses domínios, por sua vez, são a cerca dos endereços virtuais, é a demarcação de territórios no ciberespaço.

A teoria do gatekeeper avançou com os estudos de David Manning White nos anos de 1950, sendo o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo. Segundo o estudioso citado no livro Teorias do Jornalismo de Nelson Traquina, o termo refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões.

(...) o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista vai escolher entre uma notícia em detrimento da outra (TRAQUINA, 2005, p. 150).

A teoria do gatekeeper é considerada integrante do nível da Ação Pessoal na influência sobre as notícias. No entanto, Traquina alerta que essa teoria avança para uma concepção limitada do trabalho jornalístico, baseando-se no conceito de seleção, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, com uma visão limitada nesse aspecto. No entanto, é importante ponderar que, na esteira da produção jornalística, há vários “gates” formados por repórteres, editores, pauteiros, fotógrafos, revisores que se compõem como gatekeeper e filtros do que é noticiado. O fator de influência do gatekeeper pelas interações sociais pode aproximar a teoria para o nível de Ação Social de influência sobre as notícias. Isso pode ser compreendido com a proposta de Regina Zandomênico, autora que avalia o papel do cidadão comum que torna-se um *gatewatcher*, uma figura representada pelos que estão nas redes sociais, sem dia e hora para exercer as funções de selecionador de notícias e ainda possui o grande diferencial de poder acrescentar análises pessoais.

Os públicos de interesse de uma organização, denominados de *stakeholders*, ganharam, na atualidade, outro status quando estão presentes nas redes sociais. Eles são agora os *gatewatchers*, segundo Canavilhas (2010), uma espécie de novos *gatekeepers* que, além de selecionar, comentam as notícias mais interessantes para os amigos ou seguidores. Jenkins (2009) salienta que produtores e consumidores de mídia não ocupam mais papéis distintos porque podem ser considerados participantes que interagem de maneira igual em “um novo conjunto de regras”, ainda não definido por completo (ZANDOMÊNICO, 2013, p. 3).

Ainda assim, os jornalistas por influência de suas convicções pessoais respeitam determinados critérios de noticiabilidade empregados tanto pela organização como pelo

profissional. Os integrantes dessa nova mídia de massa (gatewatchers), além de selecionar conteúdos já veiculados e comentar, têm o privilégio de publicar fatos, seguindo critérios de noticiabilidade, na maioria dos casos, exclusivamente pessoais.

A perspectiva metodológica pretende avaliar o processo de produção da notícia a partir da “recomendação” ou grande interação social dos atores da rede. Essa perspectiva renderia aos jornais online uma parcela dos acessos e interações gerados na rede social, renderia os cliques, a audiência e a permanência nas páginas virtuais do veículo, aumentando sua visualização. Embora possamos friamente perceber essa ação como uma reformulação comercial para atrair novos visitantes e consumidores de conteúdos jornalísticos em seus portais, também podemos supor uma possível reconfiguração da função do editor (jornalista/público). Nesse caso em específico, não apenas os jornalistas são influenciados pelos assuntos gerados das interações sociais, mas os próprios mecanismos de buscas e filtros das camadas mais profundas da internet poderiam interferir nessa edição, nessa apresentação e escolha do que é notícia ou não. Isso pode representar o jornalismo que atende ao interesse do público para ganhar acesso e ser rankiado em buscadores, deixando de lado o interesse público.

A medida que o guardião do portão, figura representada pelo editor nas redações tradicionais, perde sua autoridade com a chegada da internet, a facilidade de acesso a dados e informações tornou-se mais democrática. E, em certa medida, “dispensou” o trabalho de filtragem editorial de conteúdo realizado pelos veículos de imprensa. Ou seja, as informações estavam disponíveis gratuitamente na internet e com a digitalização de vários processos cotidianos – hoje, não se trabalha sem acessar a internet – um novo domínio, um novo território, no espaço virtual promove a filtragem e se encarrega do papel do editor (gatekeeper). Não se está querendo afirmar que a filtragem e a facilidade de acessar conteúdos online suprime a função do gatekeeper no jornalismo. Ao contrário, questiona-se de que forma essa interferência pública que lida diretamente com audiência e os critérios de circulação dos buscadores (que são as principais ferramentas de filtragem de conteúdo) interferem no fazer do ciberjornalismo. Como esses novos atores e ferramentas interferem na escolha da pauta, na apuração e na circulação da notícia? Nesse caso, não apenas as pessoas/usuários/internautas que podem emitir informações, mas o próprio mecanismo da internet sendo dominado por corporações de desenvolvimento de aplicativos de comunicação coletiva pode determinar como essa informação irá circular. A Google e o Facebook se evidenciam como ponteiros da revolução tecnológica de programação.

## 5 Considerações Finais

O problema durante a elaboração do projeto de pesquisa não foi a tradicional problemática, mas sim um objeto. Ou melhor, a definição de um objeto empírico que ilustrasse a pesquisa, assim como exigido tradicionalmente academia. Discordava dos orientadores de que esse estudo necessariamente deveria ter um objeto definitivo, pois a intenção era pensar os novos rumos dessa nova frente do jornalismo. Quando, definitivamente, enquadrou-se a pesquisa a uma proposta de objeto, como pode ser percebida no item 3 – “Proposta inicial de objeto”, a qualificação da monografia orientou no sentido de não se preocupar com questões metodológicas do objeto e que se fluísse na discussão e no pensar das questões levantadas para essa nova era do jornalismo já vivenciada. Confirmando a primeira necessidade do estudo que já desenhava, no plano da intencionalidade, a não adoção de um objeto.

Por isso, abandonadas as tentativas de enquadrar o Trabalho de Conclusão de Curso a um objeto ou metodologia fechada, permanece aberto a estudos teóricos e de revisão literária para pensar o novo cenário do jornalismo.

É a partir desse entendimento que se quer observar a interferência do cibernauta na produção do jornalismo digital. A partir de um indivíduo que interage, produz conteúdo e distribui informação para entender o comportamento do coletivo de internautas.

Pretende-se compreender o símbolo desenvolvido pelo papel do editor e apropriado pelos filtros profundos da rede e pelos próprios usuários. Entender as definições sócio-históricas da função do editor/gatekeeper, compreendendo assim a natureza reflexiva dos atores sociais na produção e circulação da notícia, como principal produto do jornalismo.

A partir disso, a continuidade da pesquisa pretende abordar entre os capítulos da produção monográfica como se comporta a vigilância e o monitoramento de interações na internet para se obter informações e traçar novos filtros de conteúdo. Entender o comportamento dos perfis (a bolha dos filtros da internet), a personalização de anúncios e os rastros digitais pelos quais se apropriam os mecanismos de busca para definir escalas de acessos e audiência. Discutir, então, a história e memória do cibermeio.

Destaca-se, também, a presença da teorização sobre propriedade e capital para abordar os aspectos comerciais e econômicos aliados à transformação do jornalismo, pensando a internet como um espaço de mercadoria, conceituando a respeito dos endereços e domínios virtuais com o loteamento da internet. Passando por toda a revisão teórica a respeito do jornalismo e sua história, traçando as principais evoluções, observando o aspecto

do editor/gatekeeper na construção da notícia e da influência da interação social relacionadas aos critérios de noticiabilidade e à contribuição na circulação das informações.

A continuidade da pesquisa ainda prevê a abordagem dos critérios de divulgação, publicação e circulação da notícia, relacionando-as com as linhas editoriais e princípios do jornalista, com os fluxos de informações e com os termos de privacidade tanto das instituições que produzem notícia como dos próprios buscadores.

As primeiras impressões mostram que a pesquisa é um organismo vivo que se consolida à medida que novos olhares acerca dos estudos contribuem para melhor traçar a rota dessa produção de conclusão de curso. A busca será incessante por novas produções e autores que questionem sobre o tema, relatórios, pesquisas de campo e entrevistas com profissionais jornalistas e especialistas em tecnologia para elaborar futuros conceitos para utilização em novas narrativas do jornalismo.

## Referências

ANDERSON, C. W. et al. **Jornalismo pós-industrial, adaptação aos novos tempos**. In: Revista de Jornalismo ESPM, n. 5, ano 2, p. 30-90.

CARVALHO, Luciana Menezes. **Legitimação institucional do jornalismo informativo nas mídias sociais digitais: estratégias emergentes no conteúdo de Zero Hora no Twitter**. In: Banco de dissertações PPGCOM da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Disponível em <<http://w3.ufsm.br/poscom/wp-content/uploads/2011/08/Luciana-Menezes-Carvalho-Disserta%C3%A7%C3%A3o-2009.pdf>>. Acesso em 24 de set. 2013

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede** (volume 1). A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2ª edição, 1999.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 25ª Edição, 1987.

FREITAS, Maria Tereza de Assunção. **A abordagem sócio-histórica como orientadora da pesquisa qualitativa**. In: Cadernos de Pesquisa, n. 116, p. 21-39, julho/2002.

LEVY, Pierre. **A revolução contemporânea em matéria de comunicação**. In: Revista Famecos, Porto Alegre, nº 9, dezembro de 1998, p. 37-49.

MILLS, C. Wright. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, Quarta Edição, 1975.

PADILHA, Sônia Costa. **O webjornalismo mediado pela cultura social: estudo comparativo Portugal/Brasil**. Livros LabCom Books 2012

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia de do jornalismo.** Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2. Ed., 2005.

ZANDOMÊNICO, Regina. **A Relevância dos *Gatewatchers* nas Crises Organizacionais e a Importância do Monitoramento de Informações nas Redes Sociais.** In: Anais do GP Teorias do Jornalismo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, AM – setembro/2013.