

DOSSIÉ

TRANSFORMAÇÕES DO GATEKEEPING NA ERA DOS NOVOS MEDIA A INTERNET, OS VALORES E AS PRÁTICAS DO JORNALISMO

Copyright © 2018
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

GIL BAPTISTA FERREIRA

Instituto Politécnico de Coimbra, Coimbra – Portugal

Universidade da Beira Interior, Covilhã – Portugal

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0739-7584>

DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1026>

RESUMO - Este artigo reavalia a relevância do conceito de *gatekeeping* no século XXI. Sustentado na literatura sobre esta matéria, argumenta que, numa era marcada pelos novos media e pelo jornalismo digital, um entendimento clássico do conceito de *gatekeeper* cerceará o âmbito do estudo do jornalismo e da sua relação com os públicos. Deste modo, tomando em consideração as tendências e as linhas de investigação predominantes, e analisando práticas e acontecimentos que, de um ponto de vista político, marcaram os anos mais recentes, o artigo procura equacionar novos sentidos, com valor cívico, para a ação do jornalismo e para uma noção reconfigurada do *gatekeeper* no mundo ocidental. Conclui mostrando a normalização e a adequação dos novos dispositivos mediáticos a valores e práticas convencionais do jornalismo.

Palavras-chave: *Gatekeeper*. Novos Media. Jornalismo. Jornalismo Digital. Normas.

CAMBIO DE LO GATEKEEPING EN LA ERA DE LOS NUEVOS MEDIOS INTERNET, VALORES Y PRÁCTICAS DEL PERIODISMO

RESUMO - Este artículo re-avalúa la relevancia del concepto de *gatekeeping* en el siglo XXI. Sostenido en la literatura sobre este tema, argumenta que, en una época marcada por los nuevos medios y el periodismo digital, una comprensión clásica del concepto de *gatekeeper* reducirá el alcance del estudio del periodismo y su relación con el público.

Teniendo en cuenta las tendencias y líneas de investigación predominantes, y el análisis de las prácticas y eventos que, desde un punto de vista político, marcaron los últimos años, este artículo busca reflexionar sobre nuevas direcciones con valor cívico para la práctica del periodismo y sobre un concepto reconfigurado del *gatekeeper* en el mundo occidental. Concluye mostrando la normalización de los nuevos dispositivos y su adecuación a los valores y prácticas convencionales del periodismo.

Palabras clave: Gatekeeper. Nuevos medios de comunicación. Periodismo. Periodismo digital. Normas.

GATEKEEPING CHANGES IN THE NEW MEDIA AGE THE INTERNET, VALUES AND PRACTICES OF JOURNALISM

ABSTRACT - This article re-evaluates the relevance of the concept of gatekeeping in the 21st century. Sustained in the literature on this subject, it argues that, in an age marked by new media and digital journalism, a classical understanding of the concept of gatekeeper will narrow the scope of the study of journalism and its relationship with the public. Taking into account the predominant trends and lines of research, and analyzing practices and events that, from a political point of view, marked the most recent years, this article seeks to reflect upon new directions with civic value for the practice of journalism and on a reconfigured concept of the gatekeeper in the western world. It concludes by showing the normalization of the new media devices and their appropriateness to conventional values and practices of journalism.

Keywords: Gatekeeper. New Media. Journalism. Digital Journalism. Norms

Introdução

São diversas as perspectivas teóricas que procuram explicar o impacto que as transformações que ocorrem no jornalismo possuem sobre as sociedades e sobre as práticas de cidadania que nelas prevalecem. No que concerne ao espaço habitualmente designado como *mundo ocidental*, e atendendo à primeira década e meia do século XXI, uma ampla literatura descreve como as tecnologias dos novos media vieram desafiar uma das “verdades” mais fundamentais do jornalismo, a saber: a que define o jornalista profissional como “aquele que determina o que o público vê, ouve e lê sobre o mundo” (Deuze, 2005, p. 451). Foi a partir da atenção a este desafio que um importante conjunto de investigadores (Shoemaker & Vos, 2009; Bruns, 2011; Hermida, 2011; Papacharissi, 2010; Moreno & Cardoso, 2016) identificaram como um conceito central nas práticas jornalísticas e na razão de ser do jornalismo é afetado de forma decisiva na era digital – o conceito de *gatekeeping*.

É sabido que aos media tradicionais correspondia a função de filtro, retendo as informações com reduzido valor-notícia e produzindo e distribuindo as que o têm. Ora, o *gatekeeping* é uma prática que resultou fundamentalmente de um ambiente de escassez (de canais de notícias e de espaço para as notícias dentro desses canais). Logo, qualquer crescimento do espaço disponível para as notícias desafia necessariamente o funcionamento deste tipo de prática. À medida que as publicações noticiosas se estabeleceram nos ambientes online, onde o espaço ou a duração dos conteúdos não limita a profundidade, a amplitude e a cobertura jornalística, um sistema rígido de *gatekeeping* deixará de ser necessário (Bruns, 2011).

Em comparação com o que sucedia antes do seu aparecimento, a Internet oferece muitas mais oportunidades para indivíduos comuns interagirem entre si e com os jornalistas. Os leitores podem personalizar um portal de notícias (seja uma página online de um jornal ou um agregador de notícias), escolhendo as categorias e ordenando-as de acordo com as suas preferências, atuando como *gatekeepers* de si próprios. Nas atuais plataformas, qualquer leitor pode ainda, na maioria dos jornais, dirigir uma mensagem a um editor ou a toda uma vasta audiência. Assim, “este alto nível de interatividade transforma os membros da audiência em *gatekeepers*” (Shoemaker & Vos, 2009, p. 6) – mas num sentido já muito desvirtuado do termo. Num contexto em que todos podem produzir e disseminar qualquer informação, a função de *gatekeeping* modificou a sua natureza: em algumas leituras deixará de fazer sentido, uma vez que deixa de existir um só *gate* que alguém teria a função de manter ou guardar (cf. Moreno & Cardoso, 2016, p. 299).

Papacharissi, por sua vez, assinala que o ato de “submeter, escolher e aprovar formas particulares de *estórias* jornalísticas confirma, contradiz ou expande as agendas informativas *mainstream* e transforma os leitores em *gatekeepers* noticiosos” (Papacharissi, 2010, p. 153). Na perspetiva da investigadora grega, na posse destes privilégios de agendamento as audiências procurarão formas de negociar as suas preferências e interesses individuais num espaço de valorização cambial de agendas (*gatekeeping currency*). Donde, num registo menos definitivo, as transformações dos media não significarão de todo a diluição do conceito de *gatekeeper*, mas implicarão antes a sua apreciação sob novas variáveis, que, embora o alterem de forma essencial, não lhe retiram validade e interesse.

É este o debate de que este texto procura dar conta, num esforço para questionar o estatuto atual do conceito de *gatekeeper* e o papel que lhe pode ser reservado. Sob uma perspetiva muito precisa: atendendo aos desenvolvimentos de natureza tecnológica que marcam o exercício do jornalismo, mas igualmente às transformações sociais com ele tem que lidar – concretamente, as novas formas de participação e interatividade que os indivíduos comuns possuem ao dispor e muitas vezes utilizam, e as consequências que estas práticas possuem na produção e na difusão da informação.

Novos guardas nos portões

Entre os recursos de inquestionável relevância neste debate encontram-se os media sociais (ou *redes sociais*). Através do envolvimento de um grande número de utilizadores, é possível, por meio deles, criar uma agenda de temas, com valor informativo, alternativa às selecionadas pelos editores de notícias dos media *mainstream*. A este propósito, encontra-se descrito na literatura o papel de agendamento desempenhado pelo YouTube, pelo Facebook e pelo Twitter em diversos momentos da história recente, sobretudo após as eleições iranianas de 2009 (Newman, 2011, p. 30). O processo tem sido replicado com impactos distintos e igualmente de qualidade democrática diversa. Resume-se, na maioria dos casos, a estórias trazidas numa primeira fase pelos novos media, e depois “contextualizadas e validadas pelos media convencionais” (Foster, 2012, p. 21), em todo o caso impondo a apreciação do exercício de *gatekeeper* sob uma nova luz.

As consequências de considerarmos o conceito de *gatekeeper* sob uma nova perspetiva podem ser ilustradas de forma adequada, e num sentido distinto, a partir de diversas análises de desenvolvimentos políticos recentes – algumas de sentido oposto.

Tomemos como ilustração fenómenos como o referendo britânico do *Brexit* (referendo realizado no Reino Unido em 2016 sobre a saída da União Europeia, que determinou a vitória do “*leave*” com 52,8% dos votos contra 48,2%) ou o surgimento de Donald Trump, como candidato republicano às eleições de 2016 para presidência dos Estados Unidos – e façamo-lo por meio de uma análise que não se limite a entendê-los como meros subprodutos de formas de populismo ressurgente, mas em uma que os insira no quadro mais geral do atual

paradigma da sociologia da informação. Katharine Viner, editora do *The Guardian*, escrevia recentemente (2016) que “quando um facto começa a parecer-se com o que sentes como verdadeiro, torna-se muito difícil alguém dizer qual a diferença entre factos verdadeiros e ‘factos’ que não o são.” Na sua perspetiva, a campanha “*leave*” no referendo britânico à permanência na União Europeia estava ciente disso e se utilizou disso para tomar vantagem, num contexto como o das atuais democracias liberais, em que nenhuma autoridade possui o poder de syndicar reivindicações políticas.

A editora do *The Guardian* sentiu a perceção por parte da campanha pelo “*leave*” de que não seriam os factos a determinar o resultado da disputa: “Os factos não funcionam. (...) Há que estabelecer uma conexão emocional com as pessoas. É o sucesso Trump,” dizia um dos principais promotores dessa campanha. A explicação de Viner é simples: “Quando os factos não funcionam, e os eleitores não confiam nos media, todos acreditam na ‘sua’ verdade” (Viner, 2016). Em ambos os casos (*Brexit* e Trump), Viner identifica uma das faces da fragilidade crescente dos media: o afrouxamento do controlo do que classifica como “limites da expressão pública aceitável”. Escreve que durante décadas os jornalistas das grandes organizações de media possuíam a função de *gatekeeper*: exerciam-na sempre que ajuizavam sobre quais as ideias que podiam ser publicamente discutidas e quais as que eram demasiadamente radicais, indevidamente fundamentadas ou que não se traduziam num contributo cívico.

A situação descrita mostra-nos que o enfraquecimento desses filtros é, em simultâneo, positivo e negativo, com oportunidades e perigos. As consequências estão presentes quando vemos os meios de comunicação social tradicionais seguirem as agendas das redes sociais, criadas e alimentadas pela ação de indivíduos, mas também por organizações de vária natureza (político-partidária, corporativa, comercial). Em resultado, os media tradicionais acabam, muitas vezes, por comportar-se como *cataventos digitais* (Newman, 2011, p. 25) que reproduzem uma agenda que não criam nem controlam. A função de *gatekeeping* passa, em grande parte, a ser partilhada com os utilizadores dos media, que, além disso, fazem ainda a agregação e a curadoria da informação que consomem. Na expressão de Jim Hall, constroem a sua própria “dieta” informativa (Hall, 2001, p. 18), entregue sob a forma de ficheiros de texto, imagens e som no ecrã de um qualquer dispositivo (fixo ou móvel) de comunicação,

respondendo de forma personalizada à configuração dos interesses de cada utilizador.

O resultado desse processo possui (ou melhor, partilha) os riscos associados a boa parte da comunicação por meio dos novos media: a “balcanização das notícias através da provisão de informação de nicho” (Hall, 2001, p. 20), ou uma espécie de “bolha informativa” (Pariser, 2011), dentro da qual cada indivíduo se movimenta. De um ponto de vista da qualidade da vida pública, tal fator representa uma ameaça: reflete-se num ambiente informativo que privilegia a conformidade em prejuízo da diversidade e da pluralidade de opiniões, e dispensa os indivíduos da exposição a temas e informações contrários aos seus interesses. Importa sublinhar que a diversidade e a pluralidade são condições do bom funcionamento da vida cívica, e eram justamente dois dos valores socialmente institucionalizados pelo jornalismo, que o jornalismo online, nesta medida, poderá ameaçar (Moreno & Cardoso, 2016, p. 300).

Mas os novos guardas dos portões não se resumem a pessoas novas, com novas funções: ao mesmo tempo, “sensores de popularidade, portais e plataformas baseados num conjunto de valores integrados em algoritmos de computadores estão também a adquirir importância enquanto gatekeeper final” (Bro & Wallberg, 2014, p. 10). No mesmo sentido, a pressão para manter as páginas online atualizadas com o objetivo prioritário de atrair tráfego em permanência torna o processo de seleção igualmente importante. Tandoc (2014) propõe o termo “*des-seleção*” para caracterizar o ato de decidir qual dos artigos que passaram através dos primeiros portões é retirado da página do site noticioso e substituído por uma nova estória, seguindo um processo determinado por métricas da audiência. “Um mergulho no tráfego do site indica a necessidade de substituir elementos na página inicial. Um editor de uma *segunda redação* especifica uma determinada janela de tempo durante a qual é fornecida uma estória. Se não funcionar bem nos primeiros 20 minutos, a estória será substituída. Isto é motivado pelo objetivo premente de aumentar o tráfego, dando ao público o que deseja” (Tandoc, 2014, p. 13).

Foster (2012) chama ainda a atenção para o papel de *guarda dos portões* exercido por outros intermediários digitais, concretamente pelos agregadores de notícias (como o Yahoo), os motores de busca (como o Google) e os media sociais (como o Facebook), entre os mais importantes. Todas estas plataformas enviam aos utilizadores

conteúdos noticiosos a partir de outros fornecedores de notícias, utilizando para esse fim uma extensa variedade de software, canais e dispositivos, e constituem hoje um importante meio de acesso à informação – em 2012, já entre 20% a 30% dos conteúdos informativos eram alcançados por meio dessas funcionalidades e dispositivos. Particularmente o primeiro grupo – os agregadores de notícias –, situa-se num registo de funcionamento relativamente próximo dos media informativos, fornecendo pacotes de informação devidamente ajustados ao perfil do utilizador, chegando ainda a gerar – ou pelo menos editar – novos conteúdos, sem, contudo, lhes serem reservados iguais deveres em termos de pluralidade, propriedade ou regulação. No que aqui nos importa, é igualmente possível (e relevante) pensar estas organizações como *gatekeepers*, na medida em que controlam fluxos, seleccionam, classificam e de seguida distribuem informação. Podemos, a partir daqui, notar com clareza como a “função de gatekeeping dos media é eliminada” e substituída por uma “nova geração de gatekeepers exteriores à redação”, que perseguem interesses políticos, comerciais, pessoais, ou outros de âmbito particular (Bro e Wallberg, 2014, p. 8). Ao fazê-lo, têm um impacto potencialmente profundo no modo como nos integramos, pensamos e, inevitavelmente, como participamos na nossa vida democrática.

É com este impacto em mente que Foster (2012, p. 6) enuncia quatro dimensões da ação destes intermediários que merecem uma atenção cuidada, pelas suas potenciais consequências: 1. o controlo que exercem na escolha do que distribuem; 2. os julgamentos editoriais que fazem sobre o conteúdo das notícias que encaminham; 3. o seu papel na transformação dos modelos económicos para o fornecimento de notícias e 4. a sua propensão e capacidade para influenciar a agenda política. Naturalmente, é possível sustentar que estes intermediários não se afirmam (ainda?) como canal preferencial para o jornalismo. Os media propriamente informativos possuem outros canais (privilegiados) pelos quais chegam ao público, e os públicos têm a possibilidade de aceder às notícias por diversas outras plataformas, de tipos diferentes (analógicos e digitais). No entanto, com o crescimento da importância dos media digitais – especialmente em alguns grupos demográficos chave –, o papel destes agentes tenderá a tornar-se progressivamente mais crítico, numa perspetiva dos efeitos sociais. Isto é, decisões com carácter privado, geralmente motivadas economicamente, poderão ter um impacto significativo sobre um bem essencial: o acesso universal a informação de elevada qualidade.

Um outro significado para um conceito renovado

O quadro descrito nas páginas anteriores tem consequências na ação dos jornalistas, e implica tanto a necessidade de ajustar velhas rotinas como de integrar e normalizar novas funções. A questão principal que emerge, nesta medida, é se estas transformações implicam uma reestruturação dos papéis e dos valores do jornalismo.

Apesar dos riscos descritos acima, é possível formular usos novos e de sinal positivo para um conceito de *gatekeeper* revisto. Num livro de 2015 dedicado a esta matéria, afirma François Heinderyckx a necessidade de repensar a metáfora do gatekeeper: “A perda de tração experimentada pela metáfora original deve encorajarnos, mais que nunca, a pensar fora da caixa. Talvez a maneira mais segura de nos libertarmos da velha metáfora seja apresentar novas metáforas que nos ajudem a olhar o gatekeeping de forma diferente” (Heinderyckx, 2015, p. 265).

É esse o esforço desenvolvido por Thomas Pettitt, ao associar a este conceito mais uma capacidade de *ligação* que uma capacidade de *delimitação* – *connection* versus *containment*. Tal como escreve (2012, p. 104): “A ação do jornalista (...) encontra-se sujeita a um ajustamento que parte do papel de *gatekeeper* (que decide que material deve ser fisicamente admitido nos media informativos, ou mais abstratamente no reino das notícias), o qual reflete uma mentalidade de ‘jornalismo fortaleza’, e chega ao papel de ‘navegador’ (aquele que ajuda os utilizadores a encontrarem o seu caminho em torno de uma rede de fontes sobre um assunto do seu interesse).” Num sentido próximo, Bardoel & Deuze (2001, p. 94) sugerem uma reconfiguração das funções do jornalista no sentido de um “anotador ou orientador, uma mudança do *cão de guarda* para o *cão-guia*.” Em ambos os casos, aquilo que é proposto é a mudança para um relacionamento colaborativo mais igual (mantendo, contudo, algumas reservas e distâncias) entre profissionais do jornalismo e utilizadores das notícias. Uma perspetiva complementar é sugerida por Bruns (2011), quando propõe a substituição do conceito de *gatekeeping* pelo conceito de *gatematching*. Também este um conceito que não é novo: aplicava-se, por exemplo, às práticas que os jornalistas sempre desenvolveram sobre as notícias fornecidas pelas agências de notícias, nacionais e internacionais, mas que agora passa a debruçar-se sobre toda uma multidão de utilizadores, com interesses diversos, dispersos por uma faixa mais ampla de temas.

O ganho é, a uma primeira vista, inequívoco: ao dispor encontra-se agora um muito maior número de fontes e de matérias com potencial valor noticioso.

Creemos poder encontrar, nessas perspetivas, um esforço no sentido de aproveitar o potencial existente na participação colaborativa dos públicos, em continuidade com as tentativas do jornalismo público e cívico das décadas de 1980 e 1990, agora aceleradas e potenciadas pelas plataformas dos media sociais. Mas também o papel do jornalista pode emergir desse processo reforçado por vários argumentos. Na base de todos eles, uma perceção realista: é aceite como uma miragem a visão de uma *agora* democrática composta por blogues e *tweets*, onde as notícias se autocorrigem em resultado da harmoniosa convivência entre uma vasta multidão informada e sábia e uma voluntariosa equipa de *gatekeepers* e *gatewatchers* profissionais. “É pouco prático imaginar as pessoas no papel de editores, procedendo à sua própria seleção de entre as resmas de informação não filtrada” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 48).

Mas as razões para o ceticismo são mais complexas que a mera disponibilidade e competência para a seleção de conteúdos. É sabido que ao surgimento das novas plataformas online correspondeu um discurso laudatório em torno do fenómeno designado por *jornalismo cidadão*. Ora, alguns anos passados sobre as propostas deste modelo, são diversos os diagnósticos que apontam que “o maior problema da ideia de jornalismo cidadão é, de forma franca, que o jornalismo cidadão na realidade não existe” (Charles, 2012, p. 199). Charles (2012) sintetiza o ocorrido de forma muito clara: o jornalismo cidadão bem-sucedido tende a tornar-se jornalismo profissional. Em sua maior parte, aquilo que foi saudado como jornalismo cidadão é composto por peças pobres em informação e artigos de opinião que definham na obscuridade de blogues pessoais. Acrescem os testemunhos que cidadãos hoje, com facilidade, registam em fotografia e em vídeo, e que são depois incorporados em sites informativos e utilizados por jornalistas profissionais, mas são-no do mesmo modo que os depoimentos de testemunhas sempre o foram ao longo da história do jornalismo.

Também num outro plano, do consumo informativo, as transformações devem ser olhadas com alguma moderação. Na verdade, muito embora esses desenvolvimentos se tenham constituído num recurso poderoso no processo de acesso e de recolha de informação, não se terão traduzido ainda numa viragem no modo como a maioria das pessoas acede diariamente às notícias. Poucos

utilizadores acessam diretamente aos media sociais (blogues, YouTube ou Flickr, por exemplo) para obter informação. Muito embora um número significativo e crescente de indivíduos alcance as *estórias* por meio de plataformas como o Twitter ou o Facebook, onde os media *mainstream* se encontram também cada vez mais presentes e ativos, o que ocorre é que continuam a ser os media jornalísticos tradicionais as principais plataformas de informação, a qual é sujeita aos procedimentos de mediação profissional que, em mutação e sujeitos a tensões, definem o jornalismo, designadamente a seleção, a edição e a interpretação (Charles, 2012). Esta leitura deve, contudo, levar em linha de conta o modo como a entrada em cena dos agregadores de notícias terá vindo a alterar este quadro da situação (não propriamente pela recolha de notícias, mas pela sua distribuição seletiva).

Mais do que nunca, jornalistas e público encontram-se aprisionados por forças de sentido oposto: verdade e rumor, informação aberta e filtros sucessivos. O resultado de todas essas forças contraditórias acaba por se refletir, inevitavelmente, num ponto crítico fulcral: no questionamento do estatuto da *verdade* (pelo menos na sua aceção tradicional) e, em consequência, na redefinição das funções do jornalismo.

Que deve o jornalista guardar?

É célebre a afirmação de que a primeira lealdade do jornalista é com a *verdade*, *o primeiro e o mais confuso dos princípios* (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 35 e segs). Todavia, informar com verdade é condição da qualidade da informação: um dos seus principais atributos é que seja confiável, porque é isso que permite aos indivíduos a usarem na interpretação e nas tomadas de decisão em cada contexto social. Ora, desde o início que no topo das críticas dirigidas aos media digitais se encontra a qualidade desigual das notícias (ou informações) disponíveis na Internet, constituindo um importante desafio a separação entre factos, preconceitos e rumores, e a deteção de algo com valor entre a multiplicidade de fontes com conteúdos não confiáveis ou imprecisos. Estas preocupações foram respondidas, em importante medida, pela ação dos principais media informativos (os media *mainstream*), ao disponibilizarem nas próprias plataformas recursos destinados a pesquisar e a distinguir informação “garantidamente” relevante e confiável (Foster, 2012).

Mas, de forma inexorável, o facto de a informação se tornar significativamente mais abundante, facilmente partilhada e proveniente de um número muito mais diversificado de fontes veio, não simplificar, mas complexificar a definição de “verdade”. Consideremos que ao longo dos 500 anos pós Gutenberg a forma dominante de informação foi a página impressa: o conhecimento dos “factos” era entregue aos leitores num formato fixo, que os encorajava a acreditarem em *verdades estáveis e definitivas*. Transitamos para uma realidade distinta, para um enquadramento que implica a redefinição de conceitos e práticas intrínsecas aos valores do jornalismo.

Há duas décadas atrás, numa avaliação ainda inicial do impacto da mudança da sociedade industrial para a sociedade da informação, Bardoel (1996) considerava fatores como a fragmentação das audiências, a maior dependência em relação às novas tecnologias, o maior controlo dos utilizadores através da interatividade e os avanços em relação à não mediação, para concluir sobre o surgimento de dois tipos de jornalismo: o *jornalismo de orientação* e o *jornalismo instrumental* (Bardoel, 1996, pp. 296-297). O jornalismo instrumental fornece informação especializada e funcional a uma audiência interessada; o jornalismo de orientação, por seu lado, fornece ao público uma orientação geral (contextualização, comentário e explicação). Outros académicos aceitaram enquadrar as funções do jornalismo em termos não muito distantes. Bruns (2011) desenvolve um exercício semelhante ao propor duas linhas de ação para o jornalismo: 1) a primeira constituída pelo desenvolvimento de conteúdos noticiosos originais e valiosos, inseridos num espaço partilhado, distribuído e descentralizado, presente nos múltiplos espaços e plataformas online, incluindo os media sociais; 2) sendo a segunda uma ação de curadoria dos materiais disponíveis provenientes de fontes internas e externas, atribuindo a essa função um valor acrescentado que o legitima aos olhos do público consumidor de notícias.

Em ambos os casos, os autores equacionam o jornalismo como um trabalho que não mais ocorre no isolamento das organizações de media: pelo contrário, tem que ser feito à vista dos consumidores de informação (e até em cooperação com eles), evitando a “posição altiva e às vezes condescendente em relação às audiências que os jornalistas adotavam tantas vezes no passado” (Bruns, 2011).

Face a estas alterações, a procura da *verdade* (a primeira

lealdade do jornalista) continua a ser o objetivo, mas alteraram-se as condições em que isso vai ser feito. Como foi descrito acima, a maior facilidade de acesso à produção de informação leva a que mais entidades (individuais e coletivas) possam produzi-la e disponibilizá-la nos meios digitais. Isso conduz a um tipo de jornalismo que tende a considerar o maior número possível de perspectivas, mesmo as mais marginalizadas ou extremadas. Se antes o jornalismo era produzido em redações por jornalistas considerados autoridades e especialistas nessa função, que escreviam as notícias em acordo com um conjunto de valores profissionais, com a passagem aos media digitais assume-se, de formas distintas, uma relação direta com o público, que, por sua vez, reclama que os seus pontos de vista sejam tidos em conta.

Esta mudança tem consequências na estrutura das notícias, que, em certa medida, passam a ser consideradas uma forma de *diálogo*. Assim entendidas, as notícias deixam de ser consideradas um produto acabado, e tornam-se antes um *processo* em curso, que inclui não apenas o que jornalistas e peritos escrevem, mas também os comentários, *feedbacks* e reações da multiplicidade do público que consome a notícia (ver Siapera, 2012, p. 139).

É perante este quadro que emerge a necessidade de um ajustamento concetual e prático, tanto da *verdade* como da *objetividade*. Escrevem Kovach & Rosenstiel (2004, pp. 80-81) que “à medida que os jornalistas passam mais tempo a tentar sintetizar o interminável fluxo de dados que lhes chega através dos novos portais de informação, correm o risco de se tornarem mais passivos, mais recetores do que coletores de informação.” No limite: correm o risco de se converterem em simples porta-vozes de todas as fontes (ou de algumas), ainda que respeitando a imparcialidade e o equilíbrio. Para combater estes riscos, os investigadores norte-americanos referem a necessidade de “aperfeiçoar a disciplina da verificação” como o passo mais importante “no sentido de melhorar a qualidade da informação e do debate público.” Nesta perspectiva, a disciplina da *verificação* seria a disciplina que viria distinguir o jornalismo de outros campos e criar uma razão económica que fundamente a sua continuidade. Noutros termos: sendo os indivíduos confrontados com uma crescente diversidade e abundância de fontes de informação, construir um todo inteligível a partir dessa torrente de informação exige precisamente funções de curadoria (comprometidas com a verdade), que os jornalistas podem e devem exercer. “As pessoas precisam de fontes a que possam recorrer e que lhes digam o que é verdadeiro e relevante. Precisam de uma

resposta para a pergunta: “Do que aqui está posso acreditar em quê?” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 48).

Nesta medida, a *objetividade*, valor clássico próprio de um jornalismo fechado em que o jornalista determinava a *estória* a partir de um número reduzido de dados, passa a estar menos na capacidade de um jornalista se cingir aos factos e mais na sua capacidade de ser *transparente* e remeter para a localização digital dos dados ou factos usados na notícia – transferindo para o indivíduo o juízo de confiabilidade (cf. Moreno & Cardoso, 2015, p. 288 e segs). Ao utilizar estas ferramentas de uma *narrativa transparente* (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 90), o jornalista disponibiliza informações importantes (bases de dados, testemunhos integrais, registos sonoros) que, seguindo formas de trabalho anteriores, estariam inacessíveis ao público – e fá-lo reforçando a integridade factual do seu trabalho. Acrescente-se, por fim, que ao ser mais aberto e transparente acerca do seu trabalho, o jornalista é compelido a ser mais cuidadoso na procura, na organização e apresentação das notícias.

Um caso profundamente ilustrativo é o da plataforma WikiLeaks (ver a este propósito Siapera, 2012, cuja análise acompanhamos). De um modo sintético, trata-se de uma plataforma livre de quaisquer pressões governamentais, económicas ou de outro tipo que filtrem ou censurem conteúdos, que providencia a recolha de informações sensíveis, que alguém pretende tornar públicas sem o risco de vir a sofrer quaisquer sanções por essa ação, e que procede à disponibilização aberta dessa mesma informação. Em julho de 2010, a WikiLeaks publicou online um pacote de registos militares norte-americanos relativos à guerra do Afeganistão, conhecido como o *Afghan War Diary*. Continha cerca de 91 mil registos sobre incidentes militares ocorridos entre 2004 e 2009, revelando um grande número de ocorrências com civis e uma imagem pouco favorável do desempenho das forças militares. Os últimos anos assistiram ao surgimento de fenómenos com um perfil similar, sendo talvez o caso dos *Panama Papers*, apesar da sua complexidade e particularidades, o mais marcante. Casos desse tipo tornam-se particularmente relevantes e ilustrativos para a análise que vimos sustentando: o exame de milhares de documentos é uma tarefa imensa que cidadãos comuns dificilmente poderão assumir. Exigem, por isso, a intervenção de jornalistas profissionais, com competências e tempo para analisar, apreciar e sintetizar os documentos, para extrair deles o seu significado e implicações e, por fim, para evidenciar a sua importância de forma compreensível e transparente.

Verificamos, assim, que é nos media informativos que as notícias

continuam, apesar de tudo, a *cristalizar* enquanto tal. Entenda-se: a adquirir a sua dignidade e a cumprir toda a sua função social. Apesar das inúmeras pesquisas que revelam a desconfiança pública sobre os jornalistas, a sua reivindicação de legitimidade enquanto construtores de notícias (offline e online) permanece efetiva. É com esta legitimidade, e a partir dela, que emerge outro papel para o jornalista: cabe-lhe preencher os espaços vazios (os *missing links*) de autoridade e de organização sistemática. Trata-se, no fundo, da revalorização das funções de enquadramento (*framing*) e da contextualização das vozes soltas e dispersas presentes nas *notícias do dia*. Treinados profissionalmente na avaliação de matérias e na curadoria de informações, os jornalistas são os detentores privilegiados da capacidade de contribuir de forma significativa para os esforços colaborativos de *trabalhar a matéria* que ocorrem nos media sociais – podendo mesmo ser agente instigador desses esforços, nesses espaços como nas suas plataformas específicas.

Em suma: acompanhamos Kovach & Rosenstiel (2004) na percepção de como os cidadãos têm maior necessidade – e não menos – de fontes dedicadas a verificar a informação, que apontem o que é importante conhecer e eliminem o que não é. Desse modo, verificação e síntese tornaram-se a espinha dorsal do novo papel de *gatekeeper* do jornalista: o papel de *sensemaker* – “explicador”, na tradução portuguesa (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 49).

No entanto, para levar a cabo essas possibilidades, é necessário que aceitemos o reverso da medalha, isto é, o que está perdido irremediavelmente no domínio do jornalismo: o papel dos jornalistas como *gatekeepers* das informações e o posicionamento dos media noticiosos (sejam impressos, radiofónicos, televisivos ou mesmo online) como espaços únicos para a cobertura e o envolvimento com as notícias (Bruns, 2011). Noutros termos: os jornalistas deixaram de ter o exclusivo na produção e na distribuição de informação e a agenda noticiosa deixou de estar sob seu único controlo. Os membros da audiência funcionam como *gatekeepers* secundários, com a capacidade para transmitir a informação que decidam partilhar, dando origem àquilo que alguns designam como um processo de “*two-step gatekeeping*” (Singer, 2014).

Mark Deuze (2006: 30) é perentório, a este propósito, ao assinalar que “a identidade profissional do jornalista” já não se baseia no “monopólio do conteúdo e da narração.” Funções clássicas do jornalismo, concretamente o *newsmaking* ou o *agenda-setting*, acabam ou são sujeitas, no mínimo, a uma reconfiguração e a uma relativização do valor que possuíam antes: um valor, atente-se, “historicamente

relativo, culturalmente relativo e tecnologicamente relativo” (Moreno & Cardoso, 2016, p. 297). E, se é um facto que só a informação produzida com critérios jornalísticos tem efetivamente valor para ser considerada jornalismo, é à sociedade (aos públicos), na sua pluralidade, que cabe determinar que informações possuem ou não relevância social, valor de uso ou, na perspetiva que aqui nos orientou, interesse cívico.

Notas finais: transformações e continuidades de uma profissão

Como é mencionado no início deste texto, a análise aqui desenvolvida tem como objeto um enquadramento espaço-temporal relativamente específico: numa designação decerto restritiva, contempla as sociedades habitualmente designadas como *mundo ocidental*, neste início de século XXI. Apesar de a revisão da literatura e os elementos empíricos serem essencialmente de origem europeia, as transformações descritas têm subjacente o quadro civilizacional abrangido por essa designação. Contudo, assumimos que, mesmo nesse quadro de espaço e de tempo, encontraremos ainda contextos muito distintos e particulares, diversos estados de evolução e de desenvolvimento, que poderão conferir diferentes matizes às conclusões que este trabalho sugere. Estas reservas não nos devem, porém, impedir de delinear tendências de ordem mais geral, as quais enunciamos a seguir.

Uma avaliação dos desenvolvimentos do jornalismo online não será muito diferente da feita sobre os novos media e a sociedade, nos seus termos mais gerais. Na verdade, o que é apontado é a necessidade de a investigação na área do jornalismo online questionar continuamente até que ponto o jornalismo, a Internet e a sociedade interagem e quão significativas são essas interações para o jornalismo enquanto profissão (Deuze, 2006).

Michael Schudson, em 1999, definia o jornalismo como um ambiente profissional relativamente conservador. “O jornalismo público exorta os jornalistas a colocarem primeiro os cidadãos”, escrevia, “para trazer novas vozes aos jornais, até mesmo para partilharem a definição da agenda com os indivíduos e os vários grupos nas comunidades. Mas a autoridade sobre o que escrever, e até o que imprimir, permanece com os jornalistas” (Schudson, 1999, p. 123). Sabemos, por outro lado, que os jornalistas não são exatamente conhecidos pela exuberância do seu entusiasmo com a tecnologia; os estudos mostram que, quando adotam as novas tecnologias, como blogs e redes sociais, os jornalistas

tendem a normalizá-las, adaptando-as e adequando-as às suas normas e às rotinas existentes (Lasorsa et al., 2011). De igual modo, os jornalistas estarão a integrar a análise da web e a utilizar métricas de audiência para otimizar as funções tradicionais de *gatekeeping*. “A avaliação das notícias inclui hoje uma consciência aguda de quais as estórias que funcionaram bem no passado – com base em critérios de tráfego. Os títulos são agora testados em termos de qual a versão que atrai mais cliques” (Tandoc, 2014, p. 14).

Tandoc Jr. & Vos (2015) chegam mesmo a identificar neste entendimento uma aproximação entre a função de *gatekeeper* e o domínio do marketing. O *gatekeeping* não se refere apenas a como os eventos ultrapassam os portões e se tornam notícias. “Em primeiro lugar, a publicação não é já o culminar do *gatekeeping*, uma vez que a disseminação através de um ambiente sobrecarregado de informação tornou-se igualmente importante. Em segundo lugar, e colocado o foco na entrega, o *gatekeeping* inclui agora também o modo como os *gatekeepers* empurram as notícias através dos portões” (Tandoc Jr. & Vos, 2015, p. 13).

No debate em torno do papel de *gatekeeper*, mais que uma perda, aquilo que acompanha o jornalismo é um dilema complexo: “o dilema para os jornais é como abrir uma profissão fechada a pessoas que tradicionalmente têm sido mantidas fora do processo jornalístico – aproveitando as novas oportunidades sem prejudicar valores e práticas”, escreve Hermida (2011a, p. 189). Pedir aos jornalistas para partilharem o poder de decisão ou, simplesmente, ouvirem pessoas comuns, nunca foi fácil: “às vezes parece uma batalha perdida” (Witt, 2004, p. 51). Um estudo empírico conduzido recentemente sobre os media locais portugueses (Ferreira, 2013) revelou essa consciência profunda: organizações noticiosas que procuram oferecer vias para o envolvimento público, mas, simultaneamente, vias para proteger o estatuto profissional do jornalista. Mostram os dados desse estudo que, se é verdade que os profissionais, sobretudo em contexto regional, reconhecem que recebem frequentemente contatos de cidadãos comuns, a maior parte desvaloriza-os, concedendo uma abordagem preferencial às elites em detrimento dos indivíduos comuns. Essa desvalorização pode dever-se ao facto de o conteúdo dessas informações ser muitas vezes focado em questões pessoais e sem interesse geral. Mas, enquanto regra geral de funcionamento, tal modo de relacionamento entre jornalistas e cidadãos fornecedores de informações pode contribuir para um afastamento por parte dos cidadãos em relação aos jornais. Os dados desse estudo mostram

ainda que os jornalistas valorizam alguns princípios subjacentes aos movimentos do jornalismo público e deliberativo: sobretudo na valorização da relação com os cidadãos e na importância que, no plano dos princípios, atribuem aos cidadãos comuns enquanto fontes (o que sugere que a consciência deliberativa está a emergir). Contudo, os resultados evidenciam ainda uma postura jornalística convencional, manifesta principalmente nos baixos níveis de relevância atribuídos às funções associadas ao jornalismo participativo e na valorização de funções associadas ao jornalismo convencional. Como consequência, os jornalistas manifestam uma postura jornalística convencional, que se traduz na produção de um conteúdo jornalístico demasiado focado nas elites e em preocupações comerciais (ver Ferreira, 2013).

Estes dados são consistentes com os obtidos por outros estudos, que integram, de forma mais explícita, a utilização de ferramentas dos novos media. Bentivegna & Marchetti (2017) analisaram, em Itália, em que medida as normas e as práticas tradicionais do jornalismo (e entre elas o *gatekeeping*) foram desafiadas pela utilização do Twitter pelos jornalistas. Os resultados revelaram o entendimento do *gatekeeper* como a ação de agregar conteúdos produzidos por outros jornalistas ou difundidos pelos media convencionais – em vez da abertura a conteúdos produzidos por pessoas exteriores ao mundo das notícias tradicionais. Mostraram ainda pouca interação com atores fora das elites políticas e mediáticas tradicionais, e pouco interesse em ampliar a variedade de fontes, designadamente as que permitissem entrada de informações produzidas por indivíduos não pertencentes às elites tradicionais.

Em síntese: verificamos que “pode o público estar nos portões, mas os portões continuam a ser guardados pelas autoridades tradicionais” (Charles, 2012, p. 199). O que nos leva, como há uma década Mark Deuze (2006, p. 30), a considerar válida a apreciação do “jornalismo como estando enraizado na sua ideologia de ‘velha guarda’, mas adotando rapidamente novas maneiras de se conectar às preferências e prioridades em constante mutação dos utilizadores – se quisermos, uma espécie de jornalismo monitorial.”

Se os problemas com que o jornalismo se debate são conhecidos e profundos, é igualmente verdade que, independentemente das suas limitações práticas, a interação com os públicos viu a sua centralidade reforçada na autodefinição normativa do jornalismo na era digital. Contudo, sabemos que qualquer análise do jornalismo desenhada a partir de valores-tipo ideais (os quais naturalmente variam e vestem

novos significados, adequados às circunstâncias sociais, tecnológicas, culturais, entre outras) baseia-se no mito do jornalista que atua de forma pura (como *watchdog*, como jornalista cívico ou outro). Na verdade, uma definição elaborada nestes termos será não apenas ingênua, mas também unidimensional e, muito provavelmente, nostálgica de um passado que nunca existiu (Deuze, 2005). No presente contexto, podemos admitir que o jornalismo *digital* (para adotarmos umas das suas diversas designações), sem ser a panaceia miraculosa que responde às numerosas deceções que o jornalismo de massas impõe à democracia, pode contribuir para o eventual fortalecimento de um jornalismo “conversacional”, com recurso a fontes “não elitistas”, propondo um equilíbrio entre diálogo, participação e deliberação.

Neste domínio, como em muitos outros da vida social, são os indivíduos que desempenham o papel crucial – neste caso, na determinação da medida em que as novas tecnologias da comunicação modificam o jornalismo. Com efeito, os usos que o jornalismo vier a fazer das tecnologias dos novos media refletirão não tanto os desenvolvimentos tecnológicos, como sobretudo os desenvolvimentos socioculturais e as práticas de cidadania que podem incorporar.

REFERÊNCIAS

- Bardoel, J. (1996). Beyond Journalism. A Profession between Information Society and Civil Society. *European Journal of Communication* 11 (3), pp. 283-302. DOI: 10.1177%2F0267323196011003001
- Bardoel, J., Deuze, M., (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), pp. 91-103.
- Bentivegna, S. & Marchetti, R. (2017). Journalists at a crossroads: Are traditional norms and practices challenged by Twitter? *Journalism*, pp. 1–21. DOI: 10.1177%2F1464884917716594
- Bro, P. & Wallberg, F. (2015). Gatekeeping in a Digital Era: Principles, Practices and Technological Gatekeeping. *New Media & Society* 16 (4), pp. 1–17. DOI: 10.1080/17512786.2014.928468
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatwatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brasilian Journalism Research*, 10 (2), pp. 119-140. DOI: 10.25200/BJR.v10n2.2014.778

Charles, A. (2012). *Interactivity: New media, politics and society*. Oxford: Peter Lang.

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4), pp. 442–464. DOI: 10.1177/2F1464884905056815

Deuze, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10. pp. 15-37. DOI: 10.17231/comsoc.9 (2006).1152

Ferreira, G. B. (2013). Does community participation set the local press agenda? A view on deliberative and civic practices in the Portuguese press. *Brazilian Journalism Research*, 9(2), pp. 192-208. DOI: 10.25200/BJR.v9n2.2013.543

Foster, R. (2012). *News plurality in a Digital World*, Reuters Institute for the Study of Journalism.

Hall, J. (2001). *Online Journalism*. London: Pluto Press.

Heinderyckx, F. (2015). Gatekeeping Theory Redux. In T. P. Vos, F. Heinderyckx (Orgs.), *Gatekeeping in Transition* (pp. 253–267). New York, NY: Routledge.

Hermida, A. (2011a). Fluid Spaces, Fluid Journalism: The role of the “active recipient” in participatory journalism. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Orgs.), *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers* (pp. 177-191). Oxford: Wiley-Blackwell.

Hermida, A. (2011b). Mechanisms of participation: How audience options shape the conversation. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Orgs.), *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers* (pp. 11-33). Oxford: Wiley-Blackwell.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo*, Porto: Porto Editora.

Lasorsa, D.L., Lewis, S. C., Holton, A.E. (2011). Normalizing Twitter: journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies* 13(1) pp. 19–36. DOI: 10.1080/1461670X.2011.571825

Moreno, J. & Cardoso, G. (2016). Os desafios do jornalismo em rede. In G. Cardoso, C. Magno, T. M. Soares & M. Crespo (Orgs.), *Modelos de Negócio e Comunicação Social* (pp. 283-354), Coimbra, Almedina.

Newman, N. (2011). *Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery*, Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nip, J. Y. M. (2006). Exploring the second phase of public

journalism. *Journalism Studies*, 7(2), pp. 212-236. DOI: 10.1080/14616700500533528

Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Malden, MA: Polity Press.

Parisier, E. (2011). *The Filter Bubble*. New York: Penguin Press.

Pettitt, T. (2012), Bracketing the Gutenberg Parenthesis. *Explorations in Media Ecology* 11(2), pp. 95–114. DOI: 10.1386/eme.11.2.95_1

Schudson, M. (1999). What public journalism knows about journalism but doesn't know about the public. In T. Glasser (Org.), *The idea of public journalism* (pp. 118-133). New York: Guilford Press.

Shoemaker, P. and Vos, T.P. (2009). *Gatekeeping Theory*. London: Routledge

Siapera, E. (2012) *Understanding New Media*. London: SAGE.

Singer, J. B. (2014). User-Generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space. *New Media & Society* 16 (1), pp. 5–73. DOI: 10.1177/2F1461444813477833

Tandoc Jr. & Vos, T.P. (2015). The Journalist is Marketing the News. *Journalism Practice*, 10: pp. 1–17. DOI: 10.1080/17512786.2015.1087811

Tandoc, E. C. (2014). Journalism is Twerking? How Web Analytics is Changing the Process of Platforms. *Journalism Practice* 9 (1): pp. 92–105.

Viner, C. (2016). How technology disrupted the truth. *The Guardian*, 12 jul. 2016. Recuperado de <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>.

Gil Baptista Ferreira é Doutor em Ciências da Comunicação (FCSH-UNL) e Professor Coordenador na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra. É investigador do LABCOM-IFP no domínio dos novos media e sociedade. O seu último livro tem como título *Novos Media e Vida Cívica*. E-mail: gbatista@esec.pt.

RECEBIDO EM: 09/09/2017 | ACEITO EM: 15/01/2018