

# GATEKEEPING, GATEWATCHING, REALIMENTAÇÃO EM TEMPO REAL:

novos desafios para o Jornalismo<sup>1</sup>

Copyright © 2011  
SBPJor / Sociedade  
Brasileira de Pesquisa  
em Jornalismo

AXEL BRUNS

Universidade de Tecnologia de Queensland, Austrália

**RESUMO** Faz vários anos que se sabe como os blogueiros e outros comentaristas *on-line* independentes criticam, corrigem, e de outra maneira desafiam o jornalismo convencional, porém isto ainda não foi plenamente aceito pelos jornalistas; as hostilidades entre as empresas de mídia e a nova geração de jornalistas cidadãos continuam a irromper de vez em quando. O antigo monopólio de *gatekeeping* mantido pela mídia de massa tem sido desafiado pela nova prática de *gatewatching*: feita pelos blogueiros individuais e pelas comunidades de comentaristas que podem não fazer reportagem das notícias de primeira mão, porém fazem a *curation* e avaliam as notícias e outras informações fornecidas pelas fontes oficiais, e assim prestam um serviço importante. E isto ocorre atualmente com cada vez mais rapidez, quase em tempo real: usando as redes sociais mais recentes, que divulgam, compartilham, comentam, questionam e desacreditam as matérias noticiosas dentro de minutos, e usando plataformas adicionais que possibilitam a colaboração *ad hoc* rápida e eficaz entre os usuários. Quando centenas de voluntários podem provar dentro de alguns poucos dias que um ministro alemão foi culpado de plágio sério, quando o mundo inteiro fica sabendo de terremotos e *tsunamis* pelo Twitter – como é que o jornalismo consegue acompanhar tudo isto? **Palavras-chave:** Jornalismo. Jornalismo cidadão. *Gatewatching*. Mídia social. *Prodisage*.

## INTRODUÇÃO

Em junho de 2009, para lidar com uma esmagadora riqueza de documentos com detalhes das solicitações de ressarcimento de despesas dos Membros do Parlamento Britânico, o jornal *The Guardian* recorre a medidas extraordinárias – coloca *on-line* todo o seu banco de dados com quase meio milhão de documentos de despesas, e convida seus leitores para liderarem o processo investigativo. O projeto tem êxito: dentro das primeiras 80 horas, um terço de todos os documentos é revisado pelo menos superficialmente pelos leitores do *The Guardian*, e mais de 50 por cento de todos os que visitam o *site* contribuem ativamente no processo

de revisão (ANDERSEN, 2009).

Naturalmente, os projetos como este utilizam diretamente na Web participativa (VICKERY & WUNSCH-VINCENT, 2007) as práticas resumidas sob o rótulo de “Web 2.0”. A plataforma das Despesas dos Membros do Parlamento convidou seus usuários para diretamente participarem em uma experiência de jornalismo investigativo com fonte na multidão que foi ao mesmo tempo brincalhona e significativa: forneceu um sentido de aventura e concorrência ao oferecer aos seus participantes uma ideia do mundo anteriormente escuro das solicitações parlamentares de ressarcimento de despesas, ao insinuar a possibilidade de descobrir novas informações variando do ridículo (milhares de libras esterlinas gastas em um novo banho para pássaros) ao criminoso (faturas em duplicata e despesas fajutas), ao capacitar seus usuários para focalizar os Membros do Parlamento locais ou àqueles que os usuários suspeitavam que participassem de práticas desonestas, e ao fornecer avaliações instantâneas do progresso com o propósito de encorajar mais participação. Ao falar para o Laboratório Nieman de Jornalismo, a pessoa que desenvolveu a plataforma destacou especialmente estes aspectos de brincadeira e de gratificação imediata: “faça isto divertido” e “lance logo” (ANDERSEN, 2009).

Uma iniciativa importante de uma destacada organização noticiosa internacional, a plataforma das Despesas dos Membros do Parlamento e outros projetos semelhantes marcam uma nova fase no relacionamento em evolução entre os jornalistas e as suas audiências. Anunciam a morte lenta dos modelos de cima para baixo da cobertura jornalística das notícias e da divulgação de informações, e até do próprio modelo de *gatekeeping*, e em vez disso destacam a mudança para um relacionamento colaborativo mais igual, embora às vezes cauteloso, entre os profissionais do jornalismo e os usuários das notícias. Esta é uma mudança que levou muito tempo para se concretizar: modelos para aproveitar a participação colaborativa das audiências de notícias têm existido pelo menos desde o fim da década de 1990, e se pode dizer que remontam ainda mais se as mais limitadas tentativas do jornalismo “público” ou “civil” do fim da década de 1980 e início da de 1990 forem incluídas também nesta trajetória (ver, por exemplo, BLACK, 1997; GANS, 2003). Por fim, atualmente a transição foi acelerada pela disponibilidade comum das plataformas da mídia social quase em tempo real que aceleram o ciclo das notícias mesmo além das pressões já significativas dos canais de notícias de 24 horas. O resultado é a interrupção final dos tradicionais modelos jornalísticos de *gatekeeping*, e a mudança correspondente na direção de *gatewatching*.

### **De *Gatekeeping* a *Gatewatching***

*Gatekeeping* na sua forma clássica foi um resultado do sistema de produção, distribuição e consumo das notícias que existia durante o apogeu da época da mídia de massa. As práticas de *gatekeeping* eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais impressos e os noticiários na rádio e na televisão nunca poderiam oferecer mais que uma seleção redigida com muito aperto das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o conhecimento das audiências (isto é, quais eram as matérias que poderiam ser comprimidas para caber no espaço total disponível para conteúdo noticioso na publicação ou na transmissão pela rádio ou TV) tinham que ser feitas. Estas decisões eram especialmente críticas, de fato em uma época em que o número total de publicações noticiosas em uma esfera de mídia regional ou nacional – o espaço total disponível para a indústria jornalística – estava também rigidamente limitado: quando apenas um pequeno grupo de jornais ou noticiários servia a audiência interessada. A escassez de canais não apenas justifica as práticas de *gatekeeping* em si, mas exige também um escrutínio especial destas práticas: o poder e a influência dos editores sobre a pauta das notícias são inversamente proporcionais ao número de canais noticiosos disponíveis.

Estas práticas de *gatekeeping* podem ser distinguidas em três etapas distintas do processo jornalístico: a entrada, a produção e a resposta (BRUNS, 2005). Na etapa da entrada, os próprios jornalistas pré-selecionam aquelas matérias noticiosas que eles creem que merecem a investigação e a cobertura – isto é, aquelas que os jornalistas presumem que terão uma chance razoável de serem selecionadas para a publicação quando os artigos forem escritos ou as reportagens da TV forem produzidas. Na etapa da produção, os editores selecionam do total de matérias geradas pelos jornalistas e pelos repórteres apenas aquelas matérias que os editores considerarem ter a maior importância para as suas audiências, que couberem no espaço disponível dentro dos jornais e noticiários, e que estiverem incluídas nas áreas gerais de notícias das quais se espera que a publicação faça a cobertura (a política, a economia, os esportes, matérias de interesse humano, ...). Na etapa da resposta, por fim uma pequena seleção das respostas da audiência é escolhida para inclusão no jornal do dia seguinte ou para transmissão no ar – se um espaço para estas respostas da audiência for fornecido mesmo. Globalmente, então, o espaço para as notícias fica quase inteiramente fechado para a participação direta e a contribuição da audiência, e os jornalistas e os editores mantêm o controle total: os interesses e as

reações das audiências das notícias são subentendidos e presumidos pelos jornalistas e editores que acreditam ter uma noção intuitiva do que querem seus leitores, ouvintes e telespectadores, porém raramente procurados ativamente ou testados pela indústria jornalística, além dos gestos meramente simbólicos (pesquisas dos leitores, afirmações do tipo *vox-pop*) ou pesquisas mercadológicas comerciais.

De fato, mesmo as tentativas de fazer jornalismo “público” ou “civil”, tão popular nas décadas de 1980 e 1990, quase não mudam a situação: aqui, as organizações noticiosas podem seguir iniciativas que visam “o desenvolvimento de uma maneira de permitir que aqueles que compõem aquele mercado finalmente vejam como se faz a linguíça – como fazemos o nosso trabalho e o que influencia as nossas decisões”, como descreveram Kovach & Rosenstiel (2001, p. 192), porém isto não altera de maneira significativa as relações de poder entre os jornalistas, na sua capacidade de produtores das notícias, e as audiências na sua capacidade de consumidores das notícias (ou de fato, um simples “mercado”): notadamente, as escolhas de *gatekeeping* continuam sendo “o *nosso* trabalho” e “as *nossas* decisões”, mesmo nesta descrição, e as audiências recebem apenas uma olhada um pouco mais detalhada sobre a maneira em que estes processos ocorrem. Este jornalismo “público” não chega a ser uma conversa *com* o público, mas apenas um exercício de mostrar-e-contar *para* o público: em último lugar, uma tentativa algo condescendente de mostrar ao público como funciona o jornalismo.

Fundamentalmente, este jornalismo “público” não muda em nada as práticas jornalísticas principais, como nota Gans (2003, p. 98-9): “é improvável que vá além das margens ideológicas do jornalismo convencional. Em contraste, vejo o jornalismo participativo como mais orientado para os cidadãos, adotando uma visão política, e se for necessário, adversária da relação cidadão-governo.” De fato, na maioria dos casos este verdadeiro jornalismo *participativo* (ao invés de meramente “público”) chegou, durante a última década e mais frequentemente, não de dentro da indústria jornalística convencional, mas de fora dela. Esta mudança foi fomentada por dois aspectos que se combinaram para substituir as práticas de *gatekeeping* por aquelas de *gatewatching*: a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento do *World Wide Web* como uma mídia popular, e o desenvolvimento dos modelos colaborativos para a participação dos usuários e para a criação de conteúdo, que atualmente são frequentemente resumidos sob o rótulo de “Web 2.0”.

Primeiro, dado que 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), qualquer crescimento no espaço global para as notícias tem que desafiar necessariamente o papel desta prática. Para começar, se mais publicações impressas de notícias e mais canais de transmissão com cobertura das notícias se tornarem disponíveis, por que todos eles têm que aderir às convenções quase idênticas daquilo que tem e daquilo que não tem valor como notícia, por exemplo? Além disso, especialmente na medida em que as publicações noticiosas se estabelecerem nos ambientes *on-line*, onde as contagens das páginas disponíveis ou as durações das transmissões não inerentemente limitam mais a profundidade, a amplitude e a duração da cobertura jornalística, por que um sistema rígido de *gatekeeping* deveria ainda ser necessário de qualquer maneira? Uma necessidade de intervenção editorial a fim de direcionar as audiências potenciais de notícias para as matérias que se considerarem mais importantes ainda existe, talvez, porém esta necessidade pode ser atendida atualmente não pela exclusão de todas aquelas matérias noticiosas que caírem abaixo de um determinado nível de importância estabelecido pelo editor, como se pratica através de *gatekeeping*, mas simplesmente pelo destaque especial dado àquelas matérias consideradas mais importantes entre todas as matérias no espaço atual enormemente ampliado para as notícias. De fato, esta mudança da exclusão do menos importante para o destaque do mais importante não é apenas uma possibilidade, mas uma necessidade, como Bardoel e Deuze afirmaram:

com o aumento explosivo das informações em uma escala mundial, a necessidade de oferecer informações sobre informações se tornou uma adição crucial às habilidades e tarefas do jornalismo [...]. Isto redefine o papel do jornalista como um papel de anotador ou de orientador, uma mudança do cão de guarda para o “cão guia” (BARDOEL; DEUZE, 2001, p. 94).

Segundo, a mídia *on-line* especialmente possibilitou que as audiências – ou mais exatamente, os usuários – pulassem por cima das publicações noticiosas para conectar diretamente com as organizações, as instituições e os indivíduos que lhes interessam – para acompanhar em primeira mão os comunicados à imprensa e as afirmações públicas dos governos, dos políticos, das empresas, das ONGs e de outras figuras da vida pública. Além disso, estes usuários ativos podem atualmente compartilhar com outros aquilo que observam enquanto estão observando, através de uma ampla gama de plataformas variando das ferramentas colaborativas para marcar livros, passando pelos *blogs*

personais e coletivos até os *sites* da mídia social, e de lá encontrar e conectar com outros usuários com interesse em temas semelhantes. Estas práticas poderão não significar o jornalismo em um sentido ortodoxo; se forem alguma coisa, elas são um exemplo dos “atos aleatórios jornalísticos” descritos por J. D. Lasica em 2003 (LASICA, 2003a/b). Mas fornecem um modelo para o que poderá ser descrito melhor como a *curation* colaborativa das notícias pelas comunidades de usuários; os usuários encontram, compartilham, e (muitas vezes) comentam as informações e os eventos que têm valor como notícias; eles divulgam em vez de publicarem as matérias noticiosas. Realizados em grande escala – por uma comunidade suficientemente grande e diversificada de participantes dedicados -, estes esforços coletivos podem resultar em formas de cobertura noticiosa que são tão abrangentes como aquelas conseguidas pela indústria jornalística. A lógica destes esforços colaborativos e distribuídos não é mais da produção das notícias, mas de *produsage*, como também ocorre em projetos tão diversos como a *Wikipedia* e o desenvolvimento de fontes abertas:

a premissa dentro da comunidade de *produsage* é que quanto mais participantes puderem examinar, avaliar e expandir as contribuições dos seus predecessores, mais provável será um resultado de qualidade forte e crescente (uma extensão do lema das fontes abertas, “com globos oculares suficientes, todos os defeitos são superficiais”) (BRUNS, 2008a, p. 24).

No âmago de ambas estas mudanças que deixam o *gatekeeping* para trás está uma prática que se pode descrever utilmente como *gatematching*. Naturalmente, os usuários envolvidos em organizar e fazer a *curation* da torrente das matérias noticiosas disponíveis e das informações que têm valor como notícias que estão atualmente disponíveis em uma multidão de canais, não têm condições de guardar – de controlar – os portões de quaisquer destes canais; entretanto, o que eles têm condições de fazer é de participar em um esforço distribuído e folgadoamente organizado de observar – de acompanhar – quais as informações que passam por estes canais; quais são os comunicados para imprensa que são feitos pelos atores públicos, quais são os relatórios que são publicados pelos pesquisadores acadêmicos ou pelas organizações da indústria, quais são as intervenções que são feitas pelos lobistas e políticos. Estas atividades de *gatematching* não são nada novas – os próprios jornalistas utilizam práticas semelhantes quando escolhem as matérias com valor como notícias daquelas fornecidas pelas agências noticiosas nacionais e internacionais, por exemplo – porém, ao fazer a transição de uns poucos jornalistas seletos com acesso privilegiado às

fontes-chaves para um esforço difundido com fontes múltiplas envolvendo uma multidão de usuários com interesses diversos, se pode tratar uma faixa muito mais ampla de temas, e se pode destacar um número muito maior de matérias com valor potencial como notícias. Embora focada apenas no material contido nas solicitações de ressarcimento das despesas dos Membros do Parlamento, a própria experiência do *The Guardian* na investigação jornalística com fontes múltiplas depende da mesma maneira da capacidade de uma grande base de usuários de processar coletivamente uma grande quantidade de informações mais rápida e eficazmente que um pequeno grupo de jornalistas, embora bem treinados, poderiam fazer; seus jornalistas e editores, por sua vez, se dedicam a uma forma interna de *gatewatching* que acompanha os resultados deste processo investigativo com fontes múltiplas a fim de identificar quaisquer resultados especialmente relevantes, interessantes ou escandalosos a serem explorados ainda mais através das atividades jornalísticas mais convencionais.

As práticas, lideradas pelos usuários e com fontes múltiplas, da cobertura e *curation* das notícias que utilizam as abordagens de *gatewatching* têm sido frequentemente descritas, um tanto incorretamente, como “jornalismo cidadão”; este é um rótulo problemático que parece implicar que aquilo que os participantes praticam aqui é comparável e equivalente ao jornalismo industrial tradicional nas suas formas convencionais, e que os jornalistas profissionais que trabalham na indústria não são *também* cidadãos (isto é, investidos na futura trajetória política e da sociedade do seu país). Ao mesmo tempo, a dicotomia jornalismo tradicional/jornalismo cidadão define com capricho uma relação profunda de adversários entre os dois lados da divisão que dominou a discussão sobre o jornalismo cidadão na última década e que somente agora está sendo substituída por tentativas mais produtivas de explorar os pontos de conexão e cooperação entre os jornalistas “profissionais” e “cidadãos”.

A antipatia que tem dominado esta relação tem razões históricas. Discutivelmente, o momento do avanço para o jornalismo cidadão chegou na forma dos protestos envolvendo a reunião da Organização Mundial do Comércio em Seattle, em 1999: antecipando um foco simplificado demais da mídia principal nas manifestações e distúrbios públicos durante o evento, e uma representação dos manifestantes como anarquistas e vândalos, os organizadores das manifestações estabeleceram o primeiro *website* do *Independent Media Center* (Centro da Mídia Independente), ou *Indymedia*, a fim de fornecer uma plataforma para a cobertura não

editada, alternativa e de primeira mão das manifestações feitas pelos próprios manifestantes (MEIKLE, 2002). Outros *websites* como *Indymedia* surgiram em breve em locais no mundo inteiro – chegando a algumas centenas no apogeu do movimento. *Indymedia* seguiu um modelo que era inerentemente oposto à abordagem fechada de *gatekeeping* do jornalismo convencional: enquanto que naquele modelo, se pratica *gatekeeping* em cada etapa do processo da publicação das notícias, aqui *gatekeeping* estava totalmente ausente – qualquer usuário poderia contribuir com suas próprias matérias na etapa da entrada; todas as matérias avançaram para a etapa da produção, e a plataforma forneceu oportunidades amplas para os comentários não editados dos usuários na etapa da resposta.

Embora esta abertura total tenha chegado com seus próprios problemas (vários *websites* de *Indymedia* sofreram de *spam* persistente e de outras contribuições de material inconveniente ou indesejado, que foram devidamente publicados junto com as submissões mais legítimas), as iniciativas subsequentes do jornalismo cidadão seguiram modelos semelhantes, mas fortaleceram os aspectos colaborativos do *curation* dos seus processos de produção das notícias – por exemplo, ao capacitar suas comunidades de usuários para avaliar ou votar com relação à qualidade do conteúdo submetido pelos usuários, a fim de decidir quais as submissões que estavam prontas para a publicação, ou mesmo ao estabelecer modelos colaborativos de “edição aberta” que capacitaram os membros das comunidades para se envolverem nos pequenos ajustes das matérias submetidas por outros usuários. Porém outros *sites* mantiveram um grau limitado de *gatekeeping* pelos funcionários na etapa da produção – estabelecendo um grupo de editores dedicados (embora muitas vezes voluntários) para excluir pelo menos as submissões mais inconvenientes (ver BRUNS, 2005, para uma discussão detalhada destes modelos).

Comum também em quase todos estes modelos – de acordo com a abordagem de *gatematching*, que focaliza principalmente na republicação, divulgação, contextualização e *curation* de material existente em vez do desenvolvimento de conteúdo jornalístico substancialmente novo – a etapa da resposta, anteriormente atrofiada, do processo convencional da publicação das notícias se tornou significativamente mais importante nestes *sites* de notícias alternativos. Em muitos *sites* de “jornalismo cidadão”, as próprias matérias noticiosas focalizam principalmente a reunião, colação, *curation* e contextualização de uma seleção de informações noticiosas e materiais de fonte encontrados em outro lugar



na Web – enquanto o artigo jornalístico convencional visa ser um resumo completamente formado de um evento ou de uma questão, as matérias publicadas nestes *websites* de notícias alternativos servem para abrir em vez de fechar a discussão. Por meio do processo de discussão que segue (usualmente em linhas de discussão ligadas imediatamente à própria matéria), se agregam informações adicionais, se avaliam as afirmações e se fornece um contexto mais amplo – em contraste com as cartas dos leitores de um jornal, por exemplo (que ficam removidas espacialmente e temporalmente da matéria original, e muitas vezes fornecem pouca coisa mais do que o endosso ou a discordância básica), as respostas para uma matéria nestes *sites* formam uma parte integral da cobertura noticiosa, e talvez são mais importantes que a própria matéria.

### **Novos rumos para a indústria jornalística**

É a importância deste processo de debate e discussão que tanto contribuiu para o surgimento destas novas formas da *curation* e dos comentários das notícias lideradas pelos usuários, quanto cimentou a sua relação de adversários do jornalismo convencional. Novamente, o contexto histórico é importante aqui: um crescimento substancial dos *Websites* alternativos para a cobertura e discussão dos eventos noticiosos seguiu especialmente os eventos do dia 11 de setembro de 2001, nos EUA e em outros países. Devido ao medo de ser estigmatizada de antipatriota, a mídia principal baseada nos EUA, especialmente, se dedicou a um grau considerável de autocensura quando fizeram a reportagem dos ataques e das suas consequências, além da resposta beligerante do governo do Bush Jr. durante os anos seguintes, deixando pouco espaço na cobertura noticiosa convencional para as vozes alternativas e críticas (SCHUDSON, 2008). Estas vozes foram forçadas a seguir caminhos alternativos, levando ao estabelecimento de um número significativo de *Websites* independentes para a cobertura e discussão das notícias, e ao surgimento de outras formas marginais de cobertura e discussão das notícias, como as sátiras noticiosas na televisão, incluindo *The Daily Show* e *The Colbert Report* (JONES, a sair em 2012).

Estas novas plataformas para comentários noticiosos faziam muitas vezes tantas críticas da mídia noticiosa convencional quantas do governo da época, por sua vez levando também a um grau substancial de retaliação por parte da indústria noticiosa tradicional. Ao estigmatizar aos seus críticos novos de “jornalistas de poltrona” e de ideólogos políticos, os jornalistas industriais há muito tempo tinham a tendência de descartar completamente as vozes que representavam os *sites*

noticiosos alternativos, em vez de enfrentar as críticas de maneira mais aberta e introspectivamente (ver e.g. BRUNS, 2008b); o resultado destas reações exageradamente defensivas foi que as tradições e convenções jornalísticas pareceram tornar-se ainda mais entrincheiradas em uma grande parte da indústria tradicional. Por isso, se pode argumentar na maioria dos casos que os anos de 2000 representam uma década perdida para a inovação jornalística: despreparada para aceitar a validade de algumas críticas feitas pelos seus novos desafiadores, com poucas exceções a indústria continuou firmemente num caminho dos negócios, como sempre, o que acabou se tornando mais e mais insustentável.

A mudança e a inovação eram necessárias urgentemente, embora não simplesmente por causa das críticas dos jornalistas-cidadãos, mas por motivos muito mais fundamentais e práticos: as mudanças tecnológicas e demográficas significam que a publicação de jornais, especialmente, está perdendo rapidamente a sua base econômica na maioria das nações desenvolvidas, onde as audiências existentes mudam para as plataformas *on-line* e as novas gerações crescem sem qualquer experiência de assinar, pagar ou mesmo ler jornais impressos. Os modelos de negócio das notícias *on-line* exigem também novas abordagens, com os principais *Websites* noticiosos concorrendo atualmente entre si (além de concorrer com os *sites* noticiosos alternativos, e com as principais fontes de informações que fornecem notícias) em base global, com as expectativas das audiências quanto ao acesso gratuito às suas notícias e com interrupções mínimas para anúncios comerciais, e com os modelos de gratuidade máxima e assinatura (por exemplo, através de aplicativos para o *Iphone* e o *iPad*) que mostram que geram substancialmente menos receita recorrente do que aquela que se poderia ter esperado (ver e.g. LEE, 2011).

Quando as reações imediatas gerenciais a estes desafios tendem a incluir a racionalização dos processos de produção das notícias industriais e a redução dos quadros globais de funcionários, isto somente contribui para tornar as organizações noticiosas comerciais menos competitivas. Em contraste, as organizações noticiosas que conseguem operar pelos menos até certo ponto fora do mercado – a mídia de serviço público, na medida em que existe como organização noticiosa importante em alguns países específicos, mas também as organizações noticiosas comerciais financiadas independentemente como *The Guardian* – conseguem manter os seus padrões com um pouco mais de êxito, mas a mídia de serviço público, especialmente, está enfrentando críticas crescentes e *lobbying* pelos concorrentes comerciais por “distorcer o mercado”, o que leva em alguns países às limitações

mais e mais sufocantes e cortes substanciais no financiamento que afetam as suas operações.

Não há nenhuma indicação de que a crise pela qual o jornalismo industrial estabelecido está passando atualmente em muitos países vai diminuir em qualquer momento no prazo curto ou médio. O mais importante é que parece improvável que os usuários de notícias que se acostumaram às notícias *on-line* gratuitas de repente descubram um desejo pelos jornais impressos, ou comecem a ter a vontade de fazer assinaturas de fontes eletrônicas de notícias (com a exceção de um punhado de fontes especializadas de notícias, como os jornais financeiros). Fora das organizações noticiosas financiadas ou pública ou independentemente, se os recursos disponíveis para financiar um jornalismo de qualidade forem irreversivelmente diminuídos, então isto serve apenas para acentuar ainda mais a necessidade da inovação e reforma na indústria noticiosa, a fim de fazer mais (ou pelo menos tanto quanto antes) com menos. Parece que é somente no contexto destas pressões, e na esteira das histórias óbvias de sucesso como a iniciativa com fontes múltiplas relativas às Despesas dos Membros do Parlamento, de *The Guardian*, que mais organizações noticiosas estão começando final e cautelosamente a considerar as oportunidades inerentes ao desenvolvimento de formas mais estreitas de cooperação e colaboração com seus usuários.

No entanto, estas experiências não podem limitar-se à mera exploração dos participantes como mão de obra voluntária e gratuita para processar estoques significativos de informações, como no projeto das Despesas dos Membros do Parlamento; além da emoção barata de correr atrás das pistas de dinheiro sujo dos políticos, os usuários das notícias vão exigir uma oportunidade de se envolver de maneira mais significativa nos processos da cobertura jornalística e discussão pública. Isto vai exigir que as fronteiras entre os jornalistas e os usuários das notícias sejam desmontadas e borradas ainda mais: como Gillmor (2003, p. 79) afirmou, há quase uma década, “se o jornalismo norte-americano contemporâneo for uma conferência, ele está se evoluindo para algo que incorpora uma conversa e um seminário. Isto tem a ver com a descentralização” – ou seja, tem a ver com o desenvolvimento de estruturas de comunicação mais planas, menos hierárquicas e em rede entre os jornalistas e suas audiências. Em resumo, a conversa tem que ocorrer entre iguais, e não – como no passado – entre os produtores favorecidos e os consumidores zelosos das notícias.

No processo, os papéis dos jornalistas industriais e dos usuários das notícias continuarão conectando-se e misturando-se.

Os jornalistas – e especialmente os editores das notícias – já servem de maneiras importantes como *curators* das notícias: embora suas práticas de trabalho possam divergir-se, mais cooperação nestas práticas de *curator* é facilmente viável e mais e mais provável. De maneira semelhante, em parte também como resultado das pressões comerciais que favorecem o conteúdo com baixo custo de produção, a quantidade líquida de comentários noticiosos nas principais publicações noticiosas vem aumentando durante a última década; a este respeito, também, não se deve presumir qualquer diferença inerente e necessária em qualidade entre as contribuições jornalísticas e não-jornalísticas, e uma incorporação maior das contribuições dos usuários poderá ser procurada (Na Austrália, por exemplo, todas as três organizações noticiosas principais – a News Ltd., de propriedade de Murdoch, o grupo Fairfax, e a ABC, financiada publicamente – introduziram recentemente suas próprias plataformas para comentários públicos, recebendo seu conteúdo tanto dos jornalistas profissionais quanto das contribuições públicas). Este compartilhamento maior entre os jornalistas industriais e os usuários contribuintes deixaria para os primeiros mais espaço para se concentrarem no seu trabalho investigativo e no desenvolvimento de matérias originais, que são menos viáveis para os contribuintes não-jornalistas sem remuneração.

Essencialmente, estas propostas para parcerias, do tipo profissional-amador, mais cooperativas entre os jornalistas profissionais e os entusiastas não profissionais das notícias (referente à ideia profissional-amador ver também LEADBEATER & MILLER, 2004; BRUNS, 2010) sugerem uma redistribuição dos esforços práticos jornalísticos ou parajornalísticos visando àquelas áreas em que cada grupo de participantes é mais bem qualificado e melhor habilitado para trabalhar. Se os recursos financeiros (e então, o número de funcionários) na indústria do jornalismo estiverem fadados a continuar o seu declínio, então será melhor que sejam levados a declinar de tal maneira que os aspectos mais cruciais do jornalismo profissional – ou seja, aquelas habilidades e práticas que forem menos substituíveis pelo trabalho voluntário dos jornalistas cidadãos – permaneçam mais fortemente isolados dos cortes de recursos e de pessoal. Mas se os cortes forem inevitáveis, será melhor deixar que sejam feitos onde o trabalho dos jornalistas cidadãos fora da própria indústria puder compensar pelos menos uma boa parte destas perdas. Se a indústria do jornalismo tiver que encolher-se, em outras palavras, que se encolha retornando às suas práticas principais do jornalismo investigativo e da cobertura de qualidade; se o jornalismo cidadão expandir-se correspondentemente para fechar a

brecha, que se expanda nas áreas em que já se sai bem: nos comentários e na *curation* das notícias.

### **O desafio da realimentação em tempo real**

Entretanto, é improvável que se procure esta reorganização na perspectiva dos esforços de cooperação entre os jornalistas profissionais e os jornalistas cidadãos através de esforços estratégicos e bem planejados de inovação – pelo contrário, já está ocorrendo no contexto dos transtornos substanciais adicionais nas práticas tradicionais da indústria noticiosa. Estes transtornos resultam especialmente do impacto das novas tecnologias da mídia social em tempo real relacionadas com a reportagem, divulgação e discussão das notícias. As plataformas da mídia social como o Facebook e o Twitter servem para acelerar ainda mais a velocidade em que as matérias noticiosas são compartilhadas, debatidas e às vezes desacreditadas; elas tornam sempre mais difícil que uma única organização noticiosa reivindique a propriedade de uma matéria ou que mantenha uma agenda noticiosa; elas atuam como um canal para as conversações imediatas mais ou menos públicas entre os jornalistas participantes, usuários das notícias e outros atores públicos associados a uma matéria, e ao fazerem isto fornecem um novo espaço vital e visível para trocas de opiniões relativas às notícias, fora do controle de qualquer organização noticiosa tradicional.

Praticamente todas as importantes matérias noticiosas “quentes” em 2010 e 2011 foram propulsionadas de maneiras significativas pela sua cobertura nos espaços da mídia social – variando de tempestades, inundações, terremotos, *tsunamis* e outros desastres naturais semelhantes a manifestações, desordens, rebeliões e outras formas de distúrbios populares, de escândalos políticos a infortúnios de celebridades. A pesquisa preliminar nos processos da cobertura das notícias “quentes” nos espaços da mídia social (BRUNS & HIGHFIELD, a sair em 2012) encontrou que estes *ad hoc* processos colaborativos que fazem sentido tendem a operar de maneira extraordinariamente semelhante, independente da natureza específica do próprio evento: no Twitter, por exemplo, as discussões relativas a estes eventos se caracterizam por um número substancial de mensagens que contêm *URLs* (ou seja, que destacam novas informações sobre o evento “quente”), além das mensagens que reenviam via Twitter os comentários dos outros (ou seja, que divulgam as informações existentes mais amplamente por toda a rede) - estas práticas, naturalmente, são exatamente o que foi descrito acima como *gatewatching*. A cobertura pelos usuários do Twitter destes eventos

noticiosos “quentes” – eventos nos quais o *gatewatching* e a *curation* colaborativa das notícias são especialmente importantes para fazer sentido da matéria imprevista que está se desdobrando – se comporta de maneira extraordinária e consistentemente diferente da forma com que são tratados os eventos conhecidos e já amplamente cobertos (das eleições passando pelos jogos esportivos até os casamentos de celebridades), em que as fontes e o compartilhamento das informações são inerentemente menos necessários: nessa classe de eventos, pode se observar uma porcentagem muito menor de *URLs* e *retweets*.

Esta pesquisa aponta para o uso da mídia social especialmente para o desenvolvimento colaborativo de uma compreensão coletiva dos eventos que estão se desdobrando; então os usuários - variando dos seguidores interessados, passando pelos jornalistas profissionais até as autoridades públicas e outras organizações oficiais - contribuem para este processo pelo compartilhamento das informações de primeira mão disponíveis para eles, além de destacarem, comentarem e avaliarem qualquer outro material relevante que tiverem encontrado através da própria plataforma da mídia social e em outros ambientes *on-line* e *off-line*. O que resulta deste processo da *ad hoc curation* colaborativa das notícias é em primeiro lugar um fluxo regular de atualizações e informações de fundo que evolui na medida em que a compreensão compartilhada do próprio evento se desenvolve; isto ocorre atualmente com tanta velocidade que mesmo os canais que divulgam as notícias durante 24 horas – anteriormente o padrão-ouro para as reportagens noticiosas atualizadas – agora estão fazendo regularmente referência às informações que conseguiram colher de matérias no Twitter e em outras fontes semelhantes da mídia social.

Neste contexto, as mídias sociais como o Facebook e o Twitter são exemplos daquilo que Hermida (2010) e Burns (2010) descreveram como “jornalismo de ambiente”: embora a maioria das atividades cotidianas dos usuários da mídia social possa não ter valor como notícias nem qualquer relação com as notícias, quando as matérias surgem, uma quantidade substancial destas atividades é substituída por um esforço concentrado de “trabalhar a matéria”, como os jornalistas poderiam dizer – de dedicar-se à pesquisa, à reportagem, ao desenvolvimento e aos comentários quase jornalísticos. Como mídia ambiente sempre ligada, estas plataformas amplamente usadas da mídia social se beneficiam da sua abrangência demográfica e geográfica neste processo: seus diversos bancos de usuários significam que pode se encontrar participantes com conhecimentos (muito além do grupo de jornalistas profissionais, e

de outras fontes “oficiais” que puderem estar presentes também) para quase qualquer tema noticioso, enquanto que a sua abrangência quase do mundo inteiro significa também que a probabilidade de contribuições para a cobertura, por testemunhas oculares em potencial e por outros repórteres de primeira mão, é da mesma maneira alta. Enquanto as redes de notícias 24 horas ainda têm que correr para levar suas equipes ao cenário de um evento noticioso, as redes quase globais das principais plataformas da mídia social significam que correspondentes (em potencial) já estão quase sempre no lugar.

Entretanto, o aspecto talvez mais extraordinário das mídias sociais como um espaço para a cobertura e a *curation* colaborativas das notícias seja a sua natureza como espaços neutrais e intermediários operados por terceiros fora da indústria do jornalismo. Mesmo as plataformas do jornalismo cidadão, enquanto baseadas nas práticas de *gatewatching* e desta maneira utilizando materiais existentes e publicados, através das atividades de *gatewatching*, comentários e *curation* do seu grupo específico de contribuintes autosseleccionados, conseguiram estabelecer e seguir uma agenda noticiosa particular, como as principais organizações noticiosas sempre fizeram: os *sites* do jornalismo-cidadão tendem normalmente a ter um sabor ideológico bastante distinto. As vozes dissidentes são comuns, e normalmente estão presentes pelo menos na forma de *gatewatched* do conteúdo oposto sendo discutido e criticado, porém a comunidade global de autores e comentaristas que contribuem para qualquer *site* tende a ter uma inclinação para pontos de vista específicos e compartilhados; em outras palavras, as matérias noticiosas de qualquer origem ficam embutidas em um contexto específico do *site* da cobertura e *curation* das notícias politicamente partidárias (no sentido mais amplo). O espaço total do jornalismo cidadão em qualquer esfera nacional pública se compõe de centenas ou até milhares de *sites* para *gatewatching* e *curation* das notícias, cada um com a sua própria posição ideológica distinta e preferências políticas distintas, unidos na rede de maneira mais ou menos folgadoamente através das práticas de discussão e da troca de *links*. Estes *sites*, em vez do próprio espaço total, são o destino dos usuários e participantes interessados, que procuram desta maneira as representações das matérias noticiosas atuais *curated* por uma coletividade específica de jornalistas-cidadãos pela sua perspectiva política particular (Naturalmente, a mesma coisa é verdadeira para as audiências das notícias das organizações principais, que também tendem a ler um determinado jornal, ou assistir a um determinado noticiário, com o conhecimento e a apreciação plenos das perspectivas políticas

específicas que ele representa).

A *curation* das notícias através da mídia social opera de maneira diferente. Aqui, as matérias compartilhadas, divulgadas principalmente através dos *links* (especialmente no Twitter) e pedacinhos curtos (no Facebook) incluídas em mensagens individuais, são desembutidas através da ação de compartilhamento: são desconectadas dos seus contextos originais de publicação, e deixadas à deriva em uma corrente contínua de atualizações fluindo pelo espaço da mídia social. Embora seja possível que os usuários da mídia social, que contribuem para “trabalhar” uma determinada matéria ao compartilhar as atualizações das notícias e fazer a *curation* das informações disponíveis, compartilhem inclinações ideológicas ou políticas semelhantes, não há nenhum motivo automático para isto: não há nenhuma indicação de que o global banco de usuários do Facebook ou do Twitter tenha uma preferência em comum por uma ou outra perspectiva política, por exemplo. Daí, deve se esperar que as informações *curated* através da ação colaborativa nestas plataformas da mídia social (e isto ainda precisa de testes empíricos adicionais através da pesquisa em larga escala) sejam obtidas de uma faixa de fontes diversas e com múltiplas perspectivas (GANS, 1980); enquanto os participantes individuais poderão procurar uma agenda específica de notícias, as plataformas do Facebook ou do Twitter não fazem isto. Em contraste com o jornalismo cidadão e o jornalismo tradicional, o destino para os usuários de mídia social é o próprio espaço: como a coletividade do Facebook ou do Twitter faz a cobertura de uma matéria “quente” importa muito mais do que as contribuições de quaisquer usuários individuais (com as suas ideologias e agendas pessoais) para este processo. Naturalmente, os indivíduos ainda podem ter um impacto – especialmente se as suas mensagens forem lidas e compartilhadas por muitos dos seus pares – mas não podem se estabelecer facilmente como distintos do resto da rede social.

Mais do que quase qualquer outra nova tecnologia de mídia anterior, a mídia social então desagrega o processo noticioso e atomiza os seus participantes. No Twitter, por exemplo, todos os participantes variando dos usuários particulares às organizações noticiosas oficiais são representados simplesmente pelas suas contas, forçados igualmente pelo limite de 140 caracteres da plataforma para as atualizações a compartilharem apenas mensagens curtas e *URLs*, e sem condições de comandar inerentemente mais espaço comunicativo que qualquer outro. Aqui não há espaços marcados para organizações específicas, nem qualquer maneira de controlar como, por quem e em que contexto



as mensagens da gente são lidas, respondidas ou passadas para frente. Os jornalistas participantes especialmente poderão se achar abordados, desafiados, criticados ou apoiados pelos seus colegas de outras organizações noticiosas, pelos atores públicos que são os objetos das suas matérias, ou pelos membros da comunidade global de usuários. Eles correm o risco de escolher entre responder ou ignorar esta realimentação; neste espaço neutro, as logomarcas das suas publicações oferecem pouca proteção. Os jornalistas que se saírem bem na mídia social poderão fazer nome, muito além das publicações para as quais eles trabalham – ou poderão revelar suas próprias falhas e preconceitos, e neste processo também manchar suas organizações noticiosas.

Mas a mídia social também fornece oportunidades substanciais para o jornalismo. Bem além dos projetos específicos – como a plataforma das Despesas dos Membros do Parlamento – estabelecidos para lidar com determinadas questões, os espaços da mídia social podem ser utilizados como uma maneira pronta, sempre ligada, de utilizar fontes múltiplas de informações: de avaliar as reações instantâneas às matérias emergentes, de achar fontes de materiais adicionais ao utilizar as práticas colaborativas da *curation* das notícias ocorrendo lá, e até de identificar vozes relevantes de comentários inteligentes referentes a temas específicos. Fazer isto exige certo grau de dedicação; os jornalistas devem primeiro trabalhar para desenvolver uma familiaridade profunda com as plataformas disponíveis da mídia social a fim de poder “trabalhá-las” desta maneira, mas este investimento de tempo e esforço poderá render benefícios consideráveis.

Abordagens adicionais, mais elaboradas, para a utilização das plataformas da mídia social para o ganho jornalístico dependem de soluções mais tecnológicas – por exemplo, o acompanhamento automático de termos e temas chaves a fim de identificar cedo os “sinais fracos” das matérias emergentes, ou a extração e análise automatizadas (além da visualização) dos comentários na mídia social relacionados com matérias específicas a fim de desenvolver novas formas de cobertura atualizada. Este jornalismo de dados é importante também no contexto dos desastres naturais e distúrbios públicos, onde as ferramentas para o mapeamento, como os *Ushahidi Maps*, foram utilizadas para fornecer perspectivas geográficas globais da situação atual na zona das dificuldades ao aproveitar as atualizações das fontes oficiais e da mídia social. Aqui, os jornalistas novamente desempenham um papel especial na *curation* das notícias, avançando sobre os esforços colaborativos de *curation* que já estão ocorrendo dentro da própria comunidade da mídia

social e adicionando a estes processos sua própria perícia profissional e seus recursos industriais.

No entanto, estas atividades não são mais de maneira alguma domínio exclusivo dos jornalistas profissionais e das organizações principais da mídia – outras organizações, e até grupos de voluntários sem conexões oficiais, são igualmente capazes de operar neste espaço. Durante as inundações em janeiro de 2011 no sudeste do estado australiano de Queensland, por exemplo, grupos independentes estabeleceram uma variedade de ferramentas para acompanhar a crise das enchentes e fornecer informações relevantes e atualizadas num momento em que os servidores da *Web* das principais autoridades civis estavam sobrecarregados e frequentemente indisponíveis; ao fazerem isto, os grupos forneceram materiais de fonte, tanto para as organizações noticiosas, os serviços de emergência e o público em geral (BRUNS, 2011). Na Alemanha, em uma época em que as principais organizações noticiosas ficaram relativamente desinteressadas nos boatos de que a tese de doutorado do Ministro da Defesa, Karl-Theodor Freiherr zu Guttenberg, teria sido plagiada de diversas fontes, inclusive documentos compilados pelo serviço parlamentar de informações, usuários empreendedores da Internet estabeleceram o *GuttenPlag wiki* para identificar e documentar quaisquer casos de plágio provável, e acabaram por identificar o material plagiado em quase 95 por cento de todas as páginas, levando ao pedido de demissão do ministro (GUTTENPLAG, 2011).

### Conclusão

Não há nenhum motivo inerente para os jornalistas e as organizações jornalísticas não poderem também desempenhar um papel importante como fomentadores destas iniciativas. Treinados profissionalmente na avaliação de matérias e na *curation* de informações, os jornalistas têm a capacidade de fazer uma contribuição significativa para os esforços colaborativos de “trabalhar a matéria” que atualmente ocorrem regularmente através da mídia social, ou mesmo de fomentar estes esforços tanto nos espaços da mídia social quanto através das suas próprias plataformas específicas. Entretanto, para levar a cabo estas possibilidades, é preciso também aceitar o que está perdido irreparavelmente do domínio do jornalismo: o papel dos jornalistas como *gatekeepers* das informações, e o posicionamento da mídia noticiosa (seja impressa, transmitida via rádio ou televisão, ou *on-line*) como os espaços centrais para a cobertura e o envolvimento com as notícias.

Atualmente, os jornalistas fazem parte de uma gama crescente

de grupos e atores sociais envolvidos com as notícias; audiências, ou mais apropriadamente, usuários de notícias, são cada vez mais capazes de até ignorá-los totalmente para acessar informações de primeira mão de uma variedade de outras organizações e fontes. Daí, os jornalistas terem que trabalhar mais duro para mostrar o valor agregado que fornecem para os usuários das notícias, através dos seus esforços de investigação profissional, *curation* e comentários. Além disso, em uma esfera da mídia que tem uma abundância de informações e canais, a mídia principal não fornece mais o único, ou mesmo o mais importante espaço para a discussão pública das notícias e dos eventos atuais; distante da esfera pública que engloba toda a sociedade prevista no auge da época da mídia de massa, o ambiente atual da mídia se caracteriza por uma sequência de superpostos públicos *ad hoc* (BRUNS & BURGESS, 2011) que se formam e se dissolvem como a resposta para temas, tópicos e matérias específicos. Estes públicos não existem em um único espaço qualquer da mídia nem em uma única plataforma qualquer da mídia, porém transcendem e se espalham por todos estes espaços, entrelaçando-se entre si, como eles fazem. As organizações noticiosas poderão continuar controlando a agenda das notícias nas suas próprias publicações, mas é improvável que fomentem mais alguma vez o debate público por todo este ambiente complexo e multifário da mídia.

Nestas circunstâncias, então, o que resta do jornalismo que conhecíamos? Talvez as mais ameaçadas sejam as operações universalistas noticiosas e não os líderes do mercado internacional; em um ambiente *on-line* onde as notícias dos provedores internacionais são tão fáceis de acessar quanto as notícias dos editores locais, é improvável que os operadores menores consigam concorrer com as empresas maiores na profundidade e amplitude da sua cobertura. As organizações noticiosas especializadas – seja com um foco geográfico local, seja com uma especialização estreita de temas – poderão sair-se melhor nestas áreas, e deveriam continuar encontrando usuários de notícias que se interessam pelo seu material. Em um nível ainda maior de particularidade, mesmo os jornalistas individuais com perícia única e vozes reconhecidas poderão se posicionar como organizações noticiosas de somente uma pessoa.

Mas afinal de contas, a chave de todas as suas operações será o desenvolvimento de um equilíbrio entre a geração de conteúdo noticioso original e valioso, inserido em um espaço atualmente compartilhado, distribuído e descentralizado das notícias que existe nos múltiplos espaços e plataformas *on-line* e da mídia social, e a *curation* dos materiais disponíveis das fontes externas e internas utilizando maneiras

únicas que agregam um valor suficiente para atrair os usuários das notícias. Além disso, nada deste trabalho ocorre mais em isolamento – pelo contrário, tem que ser feito à vista dos e em cooperação e até em colaboração com os usuários das notícias, evitando a posição altiva e às vezes condescendente com relação às suas audiências que os jornalistas adotavam tantas vezes no passado. O jornalismo se tornou uma atividade com participação da massa.

## I NOTA

- 1 Trabalho apresentado no 9º Encontro da SBPjor, “Jornalismo e Mídias Digitais”, Rio de Janeiro, Brasil, 3-5 de novembro de 2011.

## I BIBLIOGRAFIA

ANDERSEN, Michael. Four crowdsourcing lessons from the Guardian's (spectacular) expenses-scandal experiment. **Nieman Journalism Lab**, Boston, 23 June 2009. Disponível em: <<http://www.niemanlab.org/2009/06/four-crowdsourcing-lessons-from-the-guardians-spectacular-expenses-scandal-experiment/>>. Acessado em 29 set. 2011.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. 'Network journalism': Converging competencies of old and new media professionals. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 3, p. 91-103, dez. 2001.

BLACK, Jay (ed.). **Mixed news: The public/civic/communitarian journalism debate**. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: Collaborative online news production**. New York: Peter Lang, 2005.

———. **Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond: From production to produsage**. New York: Peter Lang, 2008a.

———. The active audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. In PATERSON, Chris; DOMINGO, David (eds.). **Making online news: The ethnography of new media production**. New York: Peter Lang, 2008b.

———. Exploring the pro-am interface between production and produsage. In **The Internet Turning 40: The Never-Ending Novelty of New Media Research? Conference**, 17-19 June 2010, Hong Kong. Disponível em <<http://snurb.info/files/2010/Exploring%20the%20Pro-Am%20Interface%20between%20Production%20and%20Produsage.pdf>>. Acessado em 29 set. 2011.

———. Towards distributed citizen participation: Lessons from *WikiLeaks* and the Queensland floods. In PARYCEK, Peter; KRIPP, Manuel J.; EDELMANN, Noella (eds.). **CeDEM11: Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government**, 5-6 May 2011 Krems, Austria.

Krems: Edition Donau-Universität Krems, 2011. p. 35-52. Disponível em <<http://snurb.info/files/2011/Towards%20Distributed%20Citizen%20Participation.pdf>>. Acessado em 29 set. 2011.

———; BURGESS, Jean. The use of *Twitter* hashtags in the formation of *ad hoc* publics. In European Consortium for Political Communication Conference, 25-27 Aug. 2011, Reykjavík. Disponível em <[http://snurb.info/files/2011/The%20Use%20of%20Twitter%20Hashtags%20in%20the%20Formation%20of%20Ad%20Hoc%20Publics%20\(final\).pdf](http://snurb.info/files/2011/The%20Use%20of%20Twitter%20Hashtags%20in%20the%20Formation%20of%20Ad%20Hoc%20Publics%20(final).pdf)>. Acessado em 29 set. 2011.

———; HIGHFIELD, Tim. Blogs, *Twitter*, and breaking news: The produsage of citizen journalism. In LIND, Rebecca Ann (ed.). **Producing theory: The intersection of audiences and production in a digital world**. New York: Peter Lang, forthcoming 2012.

BURNS, Alex. Oblique strategies for ambient journalism. **M/C journal**, v. 13, n. 2, May 2010. Disponível em <<http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/230>>. Acessado em 1 ago. 2011.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time**. New York: Vintage, 1980.

———. **Democracy and the news**. New York: Oxford UP, 2003.

GILLMOR, Dan. Moving toward participatory journalism. **Nieman reports**, p. 79-80, Fall 2003.

GUTTENPLAG. 2011. Disponível em <[http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag\\_Wiki](http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki)>. Acessado em 29 set. 2011.

HERMIDA, Alfred. From TV to Twitter: How ambient news became ambient journalism. **M/C journal** v. 13, n. 2, May 2010. Disponível em <<http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/220>>. Acessado em 1 ago. 2011.

JONES, Jeffrey P. Parody, performativity, and play: The reinvigoration of citizenship through political satire. In HARTLEY, John; BURGESS, Jean; BRUNS, Axel (eds.). **Blackwell companion to new media dynamics**. London: Blackwell, forthcoming 2012.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect**. New York: Crown, 2001.

LASICA, J. D. Random acts of journalism: Beyond 'is it or isn't it journalism?': How blogs and journalism need each other. **JD's blog: New media musings**, 12 March 2003a. Disponível em <[http://www.jdlasica.com/blog/archives/2003\\_03\\_12.html](http://www.jdlasica.com/blog/archives/2003_03_12.html)>. Acessado em 27 set. 2004.

———. Blogs and journalism need each other. **Nieman reports**, p 70-4, Fall 2003b. Disponível em <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>>. Acessado em 4 jun. 2004.

LEADBEATER, Charles; MILLER, Paul. The pro-am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society. **Demos**, 2004. Disponível em <<http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy/>>. Acessado em 25 jan. 2007.

LEE, Edmund. News Corp.'s 'Daily' trails Murdoch reader goal. **Bloomberg**, 29 Sep. 2011. Disponível em <<http://www.bloomberg.com/news/2011-09-28/news-corp-s-daily-with-120-000-readers-trails-murdoch-goal-for-profits.html>>. Acessado em 29 set. 2011.

MEIKLE, Graham. **Future active**: Media activism and the Internet. New York: Routledge, 2002.

SCHUDSON, Michael. **Why democracies need an unlovable press**. Cambridge: Polity, 2008.

VICKERY, Graham; WUNSCH-VINCENT, Sacha. **Participative Web and user-created content**: Web 2.0, wikis and social networking. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2007. Disponível em <<http://www.sourceoecd.org/scienceIT/9789264037465>>. Acessado em 9 abr. 2010.

**Axel Bruns** é professor da Faculdade de Indústrias Criativas na Universidade de Tecnologia de Queensland em Brisbane, Austrália, e Pesquisador Chefe no Centro ARC de Excelência para Indústrias Criativas e Inovação (<http://cci.edu.au/>). É o autor de *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Produsage* (*Blogs, Wikipedia, a Segunda Vida e Além: Da Produção à Produsage* – 2008) e *Gatewatching: Collaborative Online News Production* (*Gatewatching: A Produção On-line Colaborativa de Notícias* – 2005), e o editor de *Uses of Blogs* (*Usos dos Blogs* - 2006), todos publicados por Peter Lang, de Nova Iorque. O Dr. Bruns é um perito no impacto da criação de conteúdo liderada pelo usuário, ou *produsage*, e seu trabalho atual focaliza especialmente o estudo da participação do usuário nos espaços da mídia social, como o Twitter, principalmente no contexto dos eventos “quentes”. O seu *blog* de pesquisa fica em <http://snurb.info/>, e ele participa no Twitter em @snurb\_dot\_info. Ver <http://mappingonlinepublics.net/> para obter mais detalhes da sua atual pesquisa da mídia social. E-mail: [a.bruns@qut.edu.au](mailto:a.bruns@qut.edu.au)