

GATEKEEPING, GATEWATCHING, REALIMENTAÇÃO EM TEMPO REAL:

novos desafios para o jornalismo

Copyright © 2014
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

AXEL BRUNS

Universidade de Tecnologia de Queensland, Austrália

RESUMO - Faz vários anos que se sabe como os blogueiros e outros comentaristas *online* independentes criticam, corrigem e de outra maneira desafiam o jornalismo convencional, porém isso 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 curadoria e avaliam as notícias e outras informações fornecidas pelas fontes oficiais, e assim prestam um serviço importante. E isso 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 isso?

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo cidadão. *Gatewatching*. Mídia social. *Prodsusage*.

GATEKEEPING, GATEWATCHING, REALIMENTACIÓN EN TIEMPO REAL: nuevos desafíos para el periodismo

RESUMEN - Hace ya varios años que los bloggers y otros comentaristas independientes en línea critican, corrigen y, en cierta forma, desafían al periodismo convencional. Sin embargo, esto aún no ha sido aceptado plenamente por los periodistas; las hostilidades entre las empresas de comunicación y la nueva generación de periodistas ciudadanos continúan irrumpiendo de tiempo en tiempo. El antiguo monopolio de *gatekeeping* mantenido por los medios de comunicación de masas ha sido desafiado por la nueva práctica del *gatewatching*: es realizada por bloggers individuales y por comunidades de comentaristas que pueden no hacer reportajes de noticias de primera mano, pero hacen la curaduría y evalúan las noticias y otras informaciones proporcionadas por las fuentes oficiales, prestando así un importante servicio. Y esto ocurre actualmente cada vez con más rapidez, casi en tiempo real, ya que utilizan las redes sociales más recientes, que divulgan, comparten, comentan, cuestionan y desacreditan los temas noticiosos en cuestión de minutos, y usan plataformas adicionales que posibilitan la colaboración *ad hoc* rápida y eficaz entre los usuarios. Cuando centenas de voluntarios pueden probar en unos pocos días que un ministro alemán es culpable de un plagio serio, cuando el mundo se entera de terremotos y tsunamis por Twitter, ¿cómo puede el periodismo acompañar todo esto?

Palabras clave: Periodismo. Periodismo ciudadano. *Gatewatching*. Medios de comunicación sociales. *Prodsusage*

GATEKEEPING, GATEWATCHING, REAL-TIME FEEDBACK: new challenges for Journalism

ABSTRACT - How bloggers and other independent online commentators criticise, correct, and otherwise challenge conventional journalism has been known for years, but has yet to be fully accepted by journalists; hostilities between the media establishment and the new generation of citizen journalists continue to flare up from time to time. The old gatekeeping monopoly of the mass media has been challenged by the new practice of gatewatching: by individual bloggers and by communities of commentators which may not report the news first-hand, but curate and evaluate the news and other information provided by official sources, and thus provide an important service. And this now takes place ever more rapidly, almost in real time: using the latest social networks, which disseminate, share, comment, question, and debunk news reports within minutes, and using additional platforms that enable fast and effective ad hoc collaboration between users. When hundreds of volunteers can prove within a few days that a German minister has been guilty of serious plagiarism, when the world first learns of earthquakes and tsunamis via Twitter – how does journalism manage to keep up?

Keywords: Journalism. Citizen journalism. Gatewatching. Social media. Produsage.

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 *online* 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).

Projetos como este utilizam diretamente das práticas da Web participativa (VICKERY & WUNSCH-VINCENT, 2007) resumidas sob o rótulo de “Web 2.0”. A plataforma “Despesas dos Membros do Parlamento” do *The Guardian* convidou seus usuários para diretamente participarem de uma experiência de jornalismo investigativo crowdsourced 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 aqueles 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 a mais tempo se as mais limitadas tentativas do jornalismo “público” ou “cívico” 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 *gatematching*.

1 DE GATEKEEPINGA 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. Essas decisões eram especialmente críticas, 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 “cívico”, 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 linguiça – como fazemos o nosso trabalho e o que influencia as nossas decisões”, como descreveram Kovach&Rosenstiel (2001, p. 192), porém isso 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. 989): “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* (em vez de meramente “público”) tem vindo, durante a última década e mais frequentemente, não de dentro da indústria jornalística convencional, mas de fora dela. Essa mudança foi fomentada por dois aspectos que se combinaram para substituir as práticas de *gatekeeping* por aquelas de *gatematching*: a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento da *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 *online*, 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 do *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 *online* especialmente possibilitou que as audiências – ou mais exatamente, os usuários – pulassem por cima das publicações noticiosas para se 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, esses 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* pessoais e coletivos até os *sites*

da mídia social, e de lá encontrar e conectar com outros usuários com interesse em temas semelhantes. Essas 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 curadoria 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 as mudanças que deixam o *gatekeeping* para trás, está uma prática que se pode descrever utilmente como *gatewatching*. Naturalmente, os usuários envolvidos em organizar e fazer a curadoria 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 *gatewatching* 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 através das atividades jornalísticas mais convencionais.

As práticas, lideradas pelos usuários e com fontes múltiplas, da cobertura e curadoria 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, comprometidos com o futuro político e social 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 jornalistas “cidadãos”.

A antipatia que tem dominado essa relação tem razões históricas. Provavelmente, o momento oportuno para o avanço do jornalismo cidadão chegou com os protestos envolvendo a reunião da Organização Mundial do Comércio em Seattle, em 1999: antecipando um foco simplificado demais da mídia mainstream nas manifestações e nos distúrbios públicos durante o evento, e uma representação dos manifestantes como anarquistas e vândalos, os

organizadores das manifestações estabeleceram o primeiro site 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 sites como o *Indymedia* surgiram rapidamente 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 no modelo tradicional 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 essa abertura total tenha chegado com seus próprios problemas (vários sites de *Indymedia* sofreram de *spam* persistente e de outras contribuições de material inconveniente ou indesejado, que foram automaticamente publicados junto com as submissões mais legítimas), as iniciativas subsequentes do jornalismo cidadão seguiram modelos semelhantes, mas fortaleceram os aspectos colaborativos da curadoria 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 curadoria 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, curadoria e contextualização de uma seleção de informações noticiosas e materiais de fonte encontrados em outro lugar na Web – enquanto o artigo jornalístico convencional pretende ser um resumo completamente formado de um evento ou de uma questão, as matérias publicadas nesses sites de notícias alternativas servem para abrir, mais do que fechar, a discussão. Por meio do processo de discussão que segue (usualmente em linhas de debate imediatamente ligadas 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 distantes 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 sejam mais importantes que a própria matéria.

2 NOVOS RUMOS PARA A INDÚSTRIA JORNALÍSTICA

É a importância deste processo de debate e discussão que tanto contribuiu para o surgimento dessas novas formas de curadoria e dos comentários das notícias liderados pelos usuários, quanto cimentou a sua relação como adversários do jornalismo convencional. Novamente, o contexto histórico é importante aqui: um crescimento substancial dos sites 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 mainstream baseada nos EUA, especialmente, se dedicou a um grau considerável de autocensura ao fazer a reportagem dos ataques e das suas consequências, além da resposta beligerante do governo 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 sites 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, 2012).

Essas novas plataformas para comentários noticiosos eram

tanto críticas da mídia convencional quanto do governo da época, por sua vez levando também a um grau substancial de retaliação por parte da indústria noticiosa tradicional. Ao estigmatizar seus novos críticos como “jornalistas de poltrona” e ideólogos políticos, os jornalistas ligados à indústria tinham a tendência de descartar as vozes que representavam os sites noticiosos alternativos, em vez de enfrentar as críticas de maneira mais aberta e introspectivamente (ver BRUNS, 2008b); o resultado dessas 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 2000 representam uma década perdida para a inovação jornalística: despreparada para aceitar a validade de algumas críticas feitas por seus novos desafiadore, 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 *online*, e as novas gerações crescem sem qualquer experiência de assinar, pagar ou mesmo ler jornais impressos. Os modelos de negócio das notícias *online* exigem também novas abordagens, com os principais sites 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 notícias e interrupções mínimas para anúncios comerciais, e com os modelos de pagamento *paywall* e assinatura (por exemplo, através de aplicativos para o iPhone e o iPad) que mostram gerar substancialmente menos receita do que a esperada (ver LEE, 2011).

Quando as reações gerenciais imediatas a esses desafios tendem a incluir a racionalização dos processos de produção das notícias industriais e a redução dos quadros globais de funcionários, isso só 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 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, a 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 vem passando em muitos países vá diminuir, a qualquer momento, em curto ou médio prazo. O mais importante é que parece improvável que os usuários que se acostumaram às notícias *online* gratuitas de repente descubram um desejo pelos jornais impressos, ou comecem a ter vontade de assinar 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 isso serve apenas para acentuar ainda mais a necessidade de 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 dessas 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, essas experiências não podem se limitar 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. Isso vai demandar que as fronteiras entre os jornalistas e os usuários 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 evoluindo para algo que incorpora uma conversa e um seminário. Isso 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 trabalham, de maneiras importantes, como curadores das notícias: embora suas práticas de trabalho possam divergir, mais cooperação nessas práticas como curador 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 de comentários noticiosos no jornalismo mainstream 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 perseguida (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). Esse 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, essas 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 e 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 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, em outras palavras, que 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 curadoria das notícias.

3 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 das mídias sociais 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 impulsionadas de maneiras significativas por sua cobertura nos espaços das mídias sociais – variando de tempestades, inundações, terremotos, *tsunamis* e outros desastres naturais 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 das mídias sociais (BRUNS e HIGHFIELD, 2012) encontrou que esses processos colaborativos *ad hoc* 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 esses 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, no próprio Twitter, comentários dos outros (ou seja, que divulgam as informações existentes mais amplamente por toda a rede) - essas 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 curadoria colaborativa das notícias são especialmente importantes para compreender a 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 das próprias plataformas das mídias sociais e em outros ambientes *online* e *off-line*. O que resulta desse processo da curadoria *ad hoc* 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; isso ocorre atualmente com tanta velocidade que mesmo os canais que divulgam as notícias durante 24 horas – anteriormente o alto padrão de noticiário atualizado – agora estão fazendo regularmente referência às informações que conseguiram colher de matérias no Twitter e em outras fontes

semelhantes das mídias sociais.

Neste contexto, 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 das mídias sociais possa não ter valor como notícias nem qualquer relação com as notícias, quando as matérias surgem uma quantidade substancial dessas 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 ambiente sempre conectado pelas mídias, estas plataformas amplamente usadas das mídias sociais 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 das mídias sociais 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 curadoria 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 curadoria 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 *gated* 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 curadoria 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 curadoria das notícias, cada um com a sua própria posição ideológica distinta e preferências políticas distintas, unidos na rede 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 curadas 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 tradicionais, 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 curadoria das notícias através das mídias sociais 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 “desatachadas” 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 das mídias sociais. Embora seja possível que os usuários, que contribuem para “trabalhar” uma determinada matéria ao compartilhar as atualizações das notícias e fazer a curadoria das informações disponíveis, compartilhem inclinações ideológicas ou políticas semelhantes, não há nenhum motivo automático para isso: não há nenhuma indicação de que o banco global 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 curadas pela ação colaborativa nestas plataformas das mídias sociais (e isso ainda precisa de testes empíricos adicionais através de 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 das mídias sociais 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. Claro que os indivíduos podem causar 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, as mídias sociais desagregam o processo noticioso e atomizam 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 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 são lidas, respondidas ou passadas para frente. Os jornalistas participantes, especialmente, poderão ser abordados, desafiados, criticados ou apoiados pelos seus colegas de outras organizações noticiosas, pelos atores públicos que são 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 nas mídias sociais 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 as mídias sociais também fornecem 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 das mídias sociais 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 curadoria das notícias ocorrendo lá, e até de identificar vozes relevantes de

comentários inteligentes referentes a temas específicos. Fazer isso exige certo grau de dedicação; os jornalistas devem primeiro trabalhar para desenvolver uma familiaridade profunda com as plataformas disponíveis pelas mídias sociais a fim de poder “trabalhá-las” dessa maneira, mas esse investimento de tempo e de esforço poderá render benefícios consideráveis.

Abordagens adicionais, mais elaboradas, para a utilização das plataformas das mídias sociais 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 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, em que 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 curadoria das notícias, avançando sobre os esforços colaborativos de curadoria 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, essas atividades não são mais, de maneira alguma, domínio exclusivo dos jornalistas profissionais e das organizações tradicionais 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, para os serviços de emergência e para 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 *Gutten Plagwiki* 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 curadoria 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 das mídias sociais, ou mesmo de fomentar estes esforços tanto nos espaços das mídias sociais quanto através das suas próprias plataformas. Entretanto, para levar a cabo estas possibilidades, é preciso também aceitar o que está irreparavelmente perdido 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 *online*) 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 ignorar totalmente os jornalistas 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, curadoria e comentários. Além disso, em uma esfera da mídia que tem uma abundância de informações e canais, a mídia mainstream 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 esses espaços, entrelaçando-se. 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 multifacetado da mídia.

Nessas 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 *online* 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 *online* e das mídias sociais, e a curadoria 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

REFERÊNCIAS

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-guardiansspectacular-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%20ProAm%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.).

CeDem 11: Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government, 5-6 May 2011 Krams, Austria. Krams: Edition Donau-universität Krams, 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, 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>. 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, 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>. 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/033nrfall/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/201109-28/news-corp-s-daily-with-120-000-readers-trails-murdoch-goal-forprofits.html>>. Acessado em 29 set. 2011.

MELKIE, 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 Cooperation and Development, 2007. Disponível em <<http://www.sourceoecd.org/scienceIT/9789264037465>>. Acessado em 9 abr. 2010.

AXEL BRUNS é professor da Universidade de Tecnologia de Queensland (Austrália) e doutor pela mesma universidade. É pesquisador chefe no Centro ARC de Excelência para Indústrias Criativas e Inovação (<http://cci.edu.au/>).

ARTIGO ORIGINALMENTE PUBLICADO EM DEZEMBRO DE 2011.