



F A C U L D A D E C Á S P E R L Í B E R O

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Audiências multilaterais e modulação algorítmica: novas dinâmicas do *gatekeeping* em contexto de mídias sociais

Juliano GALISI¹

RESUMO

O presente artigo faz uma reflexão sobre as novas dinâmicas da produção noticiosa em contexto de mídias digitais. A partir de uma recapitulação das bases conceituais mais consolidadas em estudos de Comunicação para o entendimento dos critérios de noticiabilidade, pensa-se sobre a relação entre o profissional jornalista e o universo de mídias sociais, perpassado pela capacidade colaborativa das audiências e por processos ainda turvos de modulação do conteúdo. Por meio de uma pesquisa bibliográfica da literatura publicada sobre temas associados nos últimos anos nas pesquisas realizadas a nível lusófono, vê-se que um otimismo inicial em relação às novas possibilidades de criação de conteúdo abriu espaço para o temor do impacto desses mecanismos na autonomia da rotina produtiva do jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Gatekeeping; Gatewatching; Noticiabilidade; Mídias sociais; Modulação.

¹ Aluno de Jornalismo na Faculdade Cásper Líbero. juliano.galisi@al.casperlibero.edu.br



Introdução

Manuel Carlos Chaparro entende o produto jornalístico a partir da completude de dois atributos: o de definição, instituído pelo interesse público da informação, e os de relevância, usualmente referidos nas pesquisas em Comunicação como o valor-notícia dos fatos, isto é, o elemento geral do porquê determinado acontecimento é noticiável. É no atributo de relevância da informação que reside o interesse estimado do leitor pelo fato e o domínio pleno desse processo, como bem assinala o autor, é um “permanente esforço de pesquisa”. (1997, p. 148) Tão permanente esforço que o *newsworthiness* (noticiabilidade e seus critérios) é uma das mais notórias linhas de estudo em Jornalismo que, ainda assim, não oferece uma sistemática conclusa, mas apenas acepções divergentes sobre quais seriam os atributos de noticiabilidade definitivos - embora haja, de fato, fatores recorrentes nas tentativas de categorização de tais elementos.

Ainda que não estejam centradas essencialmente nessa dinâmica, boa parte das perguntas motivadoras de pesquisas científicas em Comunicação surge, em alguma instância, da inevitável indagação de todo apreciador dos *media* noticiosos: por que, afinal, as notícias são como são? Da generalização dos ambientes digitais e da incorporação ascendente das mídias sociais no consumo de conteúdo informativo, um novo espaço de produção jornalística emerge e notam-se mudanças estruturais em conceitos clássicos e noções consagradas. Uma revisão agregadora dessas perspectivas, ou seja, voltada para a adequação dos preceitos às novas realidades - e não necessariamente destrutivas aos conhecimentos estabelecidos -, urge para que essas novas dinâmicas sejam plenamente compreendidas.

Assim, o presente artigo busca contribuir na reformulação do horizonte teórico do *gatekeeping* no processo de produção de notícias, fomentado pelo questionamento de quais são as novas feições deste termo e conceito tradicional em um mundo de novas dinâmicas. O episódio motivador do desenvolvimento do projeto foi a demissão voluntária de Bari Weiss², então colunista do The New York Times, por razões a serem aqui destacadas e analisadas. Por meio de uma pesquisa bibliográfica de análise das categorias dos trabalhos que assimilam o termo nominalmente, buscou-se compreender como os estudos dissecam - em razão de objetivos, metodologias e momentos históricos aplicados - as novas dimensões dos processos de seleção, produção e divulgação jornalísticas. Uma das principais bases conceituais retomadas no desenvolvimento da pesquisa, nesse sentido, foi dos trabalhos do pesquisador australiano Axel Bruns,

² Bari Weiss é uma jornalista, escritora e editora americana. Formada pela Universidade de Columbia, foi editora da seção de literatura do *The Wall Street Journal* (2013 – 2017). Entre 2017 e 2020, foi colunista das editorias de Cultura e Opinião do *The New York Times*.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

consagrado nos mais recentes movimentos da pesquisa em Comunicação por alçar o termo *gatewatching*, em alusão a um novo papel das audiências na interação com os conteúdos emitidos por fontes informadoras. Uma breve recapitulação dos novos elementos apontados por Bruns para esse reordenamento, tais como a capacidade colaborativa de audiências descentralizadas e a multipolaridade de emissores nos ambientes digitais, serão utilizadas como amparo para novas discussões. Temas recentes aos debates descritos, como a fragmentação das esferas digitais e a modulação algorítmica, serão também incorporados ao estudo, a partir principalmente das contribuições de Ricardo Gandour (2019) e Débora Machado (2018), respectivamente.

A divulgação da carta de demissão de Bari Weiss, então colunista de Cultura e Opinião do *Times*, pautou o debate público americano e as discussões sobre imprensa em meados de 2020 e foi escolhido por suas circunscções, tidas aqui como ilustração desse novo momento do *gatekeeping*, mas também pela reverberação alcançada pelo incidente e, evidentemente, por seus desdobramentos teóricos, que fundamentam uma série de reflexões a serem explicitadas. A elevação do Twitter como ator privilegiado nas novas discussões midiáticas, o impacto das mídias sociais na produção noticiosa e a capacidade ascendente de participação das audiências na simbiose entre corpo editorial e leitores são tópicos-chave para a discussão dessas problemáticas.

O Twitter e a tempestade

Elemento central do debate público americano, o *Times* foi alvo de sucessivas polêmicas em meados de 2020. O contexto de ebulição social e intensas passeatas após o assassinato de George Floyd, em 25 de maio, suscitou discussões também sobre liberdade de expressão, de imprensa e o impacto das audiências multilaterais de mídias sociais na editoração jornalística. Em 3 de junho, o jornal publicou um artigo do senador republicano Tom Cotton, intitulado *Send In the Troops*. No texto, o parlamentar do Arkansas defendia uma resposta militar incisiva contra os protestos antirracismo que se espalhavam pelo país. A repercussão do artigo foi extremamente negativa: em questão de 4 dias, James Bennet, editor da seção Opinião, deixou o cargo, e o jornal publicou uma retratação criticando a postura de Cotton. A mobilização contra a publicação deu-se principalmente pelas redes sociais, com destaque para o Twitter. Na imprensa brasileira, o episódio foi repercutido pela *Folha de S. Paulo* em editorial crítico à postura dos protestantes.

As ideias defendidas pelo senador Cotton são horríveis — afrontam valores básicos de uma sociedade democrática e pacífica. Ainda assim, são apenas ideias. É triste que jornalistas, em



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

particular, não compreendam o valor de publicar ideias que contrariem frontalmente as suas próprias.³

Nesse sentido, o recuo do *Times* sinalizou uma anormal pressão das audiências de mídias digitais sobre o teor dos conteúdos em veículos de imprensa. Uma reiteração dessa impressão veio à tona algumas semanas depois, em 14 de julho de 2020, quando Bari Weiss, colunista da mesma seção de Opinião, abandonou o cargo em um episódio ainda mais escandaloso. Bari divulgou uma carta de demissão pública criticando o jornal por não a proteger do constante *mobbing - grosso modo*, o *bullying* aplicado ao ambiente de trabalho - dos colegas, afirmando ainda que a publicação havia se tornado refém da repercussão e juízos de valor das redes sociais - exemplificando o posicionamento com uma referência nominal ao Twitter.

Um novo consenso emergiu na imprensa, especialmente neste jornal: a noção de que a verdade não é um processo de descoberta coletiva, mas uma ortodoxia já conhecida para um pequeno grupo de iluminados cujo trabalho é informar os demais. (...) O Twitter não está no cabeçalho do *Times*, mas tornou-se seu editor final.⁴

A menção ao Twitter como editor final do *Times* pode ser entendida, dentro de termos já descritos pela literatura científica em língua inglesa, como pressão do público por meio de *twitterstorm*. Embora possua verbetes em importantes dicionários - dos clássicos, como o de Cambridge, aos especializados em neologismos e palavras nascidas pela internet, como o dictionary.com, o termo não parece exatamente consagrado na descrição dos fenômenos das grandes comoções no debate público digital, em sentido vulgar e científico.

O fenômeno de *twitterstorm* pode ser descrito como uma convulsão discursiva em torno de um tópico específico no Twitter. De caráter repentino, exponencial e intenso, a tempestade eleva rapidamente tópicos de discussão ao topo da aba de últimas tendências da rede social - os Trending Topics. Tópicos, entenda-se, vão desde hashtags específicas a termos ou pequenos enunciados. Antes de prosseguir com o detalhamento desse processo, vale uma breve discussão sobre o porquê a “tempestade” ocorre no Twitter e não há, a título de exemplificação, neologismos semelhantes relacionados a outras mídias sociais, como o Instagram ou o Facebook. Qual a razão, afinal, para essa percepção de que o Twitter é o primeiro a pautar certo debate público nas redes sociais?

³ O erro do New York Times. Folha de S. Paulo, São Paulo, ano 100, n. 33.332, 10 jun 2020.

⁴ RESIGNATION letter. [S. l.], 14 jul. 2020. Disponível em: <https://www.bariweiss.com/resignation-letter>. Acesso em: 6 dez. 2021.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

O patamar privilegiado da rede social de *microblogging* pode ser explicado por sua dinâmica característica, cristalizada especialmente em dois aspectos: em primeiro plano, há referências em estudos anteriores definindo-a por suas particularidades afinadas ao apetite jornalístico, entenda-se, a tendência de última hora, o tópico do momento, a pauta da vez. Tais aspectos são contemplados com relativa precisão no aforismo utilizado como *slogan* do site: *What's happening?* (em tradução livre: O que está acontecendo?). Em um segundo patamar, sua própria lógica de funcionamento distingue-se de outras plataformas pelo horizonte de amplitude, e não restritivo. Isto é: enquanto outras redes gerenciam a experiência do usuário com base nos seus laços relacionais mais próximos e gostos pessoais estimados, a fim de estabelecer afinidade para com o *feed* manejado, no Twitter essa mesma dinâmica se dá por outro direcionamento, pautando-se sobretudo em assuntos gerais - evidentemente aplicados com especificidades no espaço pessoal de cada usuário, mas, ainda assim, gerido anteriormente por uma perspectiva ampla e generalizada. Dessa articulação emerge, com muito mais celeridade e intensidade que em demais mídias, a percepção de que há sempre um “assunto do momento” movimentando o *site*. Existiriam, sob esse viés, quantificadores precisos do quão movimentado foi o comportamento de determinado tópico?

Não há métricas consolidadas para análise e interpretação crítica da intensidade de um *twitterstorm*. Ainda que ferramentas de extração de conteúdo hoje disponíveis no mercado de comunicação digital sejam capazes de quantificar menções a determinado(s) termo(s) ou hashtag(s), o fenômeno da fragmentação, que trabalharemos adiante, impossibilita uma análise qualitativa adequada. Uma dezena de milhares de menções a determinado termo, por exemplo, pode significar mais impacto a determinadas esferas de significação do que outras. Justamente por conta disso, porém, acresce-se a intensidade dessas menções repentinas e a percepção de seu impacto - ainda que estejam cristalizadas apenas em comunidades específicas de interpretação.

Dessa forma, a revisão literária do presente estudo nota um traçado bibliográfico ainda incipiente ao fenômeno do *twitterstorm*, percebido desde questões aparentemente preciosistas - como a não predominância de uma única grafia, ora registrada em um único termo, ora notada com espaço - até aspectos mais relevantes a sua incorporação definitiva nos estudos em Comunicação. Não há, aparenta-se, bases conceituais em associação consolidada com o fenômeno. Com isso, prejudica-se a credibilidade do *twitterstorm* como objeto de estudo sólido para pesquisas futuras e, nesse sentido, é primordial balizá-lo dentro de parâmetros teóricos referenciais nos estudos de mídia. A seguir, oferecemos sugestões de itinerários metodológicos para este fim baseados em grandes tópicos, tais como fragmentação digital e modulação algorítmica, sistemática dos



valores-notícia e processo de *gatekeeping*, cada qual com recortes temáticos mais próprios ao entendimento da dinâmica. Como deixa do último tema mencionado, analisar-se-á um *corpus* de trabalhos que se valem do termo e buscaremos dimensionar os objetivos e conclusões de cada estudo de acordo com as categorias aqui destacadas.

Rede fragmentada e modulação algorítmica

O ponto de inflexão à sociedade em rede (Castells, 2013) é a generalização da capacidade de produção de conteúdo - oportunidade de assumir, entenda-se, a função de emissor da informação, papel antes estabelecido restritivamente. Há uma miríade de consequências dessa guinada a um novo patamar das audiências - algumas que retomaremos no desenvolvimento do estudo - mas, por corolário imediato, compreende-se esta sociedade como uma rede de abundância informativa, ou seja, introjetada por um excedente de informações que perpassa até mesmo a capacidade de processamento humano.

Esse aspecto meramente quantitativo é a mais simples explicação do porquê as mídias sociais incorporaram mecanismos de gerenciamento do conteúdo popularmente conhecidos como algoritmos. Este é um termo amplo, difuso e generalista para uma entidade igualmente genérica, imprecisa e desconhecida. Convém-se que se trata, concretamente, de milhares de linhas de código que coordenam a operacionalidade da rede, mas nem mesmo os desenvolvedores das plataformas o conhecem com acurácia. Situando-se como orientadores lógicos voltados a potencializar a experiência do usuário, sua principal função reside na distribuição do conteúdo gerado na rede. Há, simplesmente, muito mais conteúdo disponível do que se pode de fato apreciar. Em certa dimensão, portanto, a funcionalidade desses mecanismos é dual: por um lado, analisam o conteúdo emitido e, por outro, ponderam as expectativas dos receptores, distribuindo o conteúdo conforme este balanço.

Desta dinâmica, emerge o efeito prático de que nem todo o conteúdo será distribuído a todos os usuários - e, quando alçado a esses, não da mesma forma para perfis distintos e de afeições evidentemente divergentes. Criam-se, portanto, esferas de significação diferentes a cada comunidade - por exemplo, grupos de interesses afins - ou mesmo usuário, configurando-se assim o fenômeno da fragmentação dos espaços digitais. Da tradição do entendimento da fragmentação, surgem noções como as câmaras de eco e as bolhas de filtro, apontadas por Ricardo Gandour (2019) como radicalizadoras do debate político e, conceitualmente, intensificadoras da amplitude dimensional de determinado tema em esferas de significação específicas.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

O conhecimento dessas propriedades é recente, uma vez que tais fenômenos se localizam também em perspectiva histórica sensivelmente próxima. Todavia, considere-se que, a despeito de uma escala temporal naturalmente reduzida - por se tratar, afinal, de uma dinâmica digital -, essa nova lógica de distribuição de conteúdo se insere em tradição distinta até mesmo da web 2.0, alcunha da literatura especializada para demarcar mudanças estruturais observadas na internet no quesito interatividade em meados da década de 2000. Ainda que tão associadas no presente aos algoritmos, nota-se que as mais conhecidas plataformas de interação entre usuários surgiram em um outro contexto de consumo digital e, somente em desdobramentos mais recentes, incorporaram esses mecanismos em suas entranhas. O estudo aplicado desses aspectos, portanto, é ainda incipiente - e dificulta-se, como ressaltado, pela própria obscuridade do objeto de análise.

Nos últimos anos, entretanto, observa-se uma maior divulgação desses conhecimentos na literatura científica e leiga, com destaque para trabalhos como o de Eli Pariser em *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você* (2012) - que, no atributo de massificar o conhecimento sobre as lógicas ocultas da rede, foi pioneiro; de Jaron Lanier, também autor de um best-seller, *Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais* (2018); e, por fim, do documentário *O dilema das redes* (2020), produção audiovisual da Netflix. Em todas as obras citadas, repete-se uma tônica: as redes sociais escondem certos mecanismos de seu público e estas lógicas, por sua vez, são voltadas para a retenção induzida deste usuário na plataforma. Os desdobramentos éticos desta problemática são de interessante reflexão - ainda mais considerando que todo esse processo se associa diretamente com a lucratividade das redes, pautada na venda de anúncios personalizados para perfis estimados de consumo, manufatura digital esta elaborada a partir dos dados - teórica e idealmente privativos - dos usuários. Discussões sobre a modificação do comportamento humano diante dessas lógicas, entretanto, demonstram-se mais latentes ainda. Desta vertente de discussão, emerge um embate semântico de importante consideração no estudo dos algoritmos: eles estariam, afinal, manipulando os usuários?

Ainda que vulgarmente os termos se aproximem, manipulação e modulação devem ser dissociadas e alocadas a suas respectivas tradições de estudo. Como aponta João Francisco Cassino (2018)⁵, o conceito de manipulação emerge da análise das chamadas sociedades disciplinares e pauta-se sobretudo no controle e coerção física dos corpos. A modulação, por sua vez, refere-se a um comportamento introjetado sutilmente

⁵ CASSINO, João Francisco. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; DA SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Ed.). *A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais*. Hedra, 2018.



nas mentes e volta-se para uma dita sociedade de controle. A lógica das mídias sociais e a dinâmica algorítmica aproxima-se mais desta tradição, assinala Débora Machado (2018)⁶. As consequências práticas, a despeito desta contraposição semântica, são concretas: mídias sociais já são denotadas, em razão dessa lógica predatória de retenção do usuário na plataforma, como indutoras de vícios de comportamento específicos, como o recrudescimento do lapso de atenção humano, associado ao efeito “rolagem infinita” dos *feeds* de conteúdo. Ainda no aspecto patológico, fala-se cada vez mais em síndrome de FOMO (*fear of missing out*), condição psicológica em que o paciente sente necessidade de estar conectado à tecnologia, queixando-se não poder “ficar de fora” do que “ocorre” nas redes sociais - sensação esta, como se vê, alinhada com a percepção que os próprios mecanismos dessas mídias tentam induzir aos usuários como estratégia de retenção.

A exemplificação dos impactos dos algoritmos no comportamento humano a partir de situações mais concretas, como fizemos há pouco, torna mais compreensível relacionarmos essa dinâmica de distribuição de conteúdo com consequências não tão imediatas a princípio. A radicalização apontada por Gandour como feição da fragmentação já abalou democracias no mundo inteiro, suscitando debates sobre o consumo nas redes e a ascensão de grupos políticos extremistas. É íntimo ao espaço digital fragmentado, sob o mesmo viés, a intensidade com a qual mensagens se massificam nas redes - uma base conceitual, portanto, que auxilia a compreensão do *twitterstorm* e do porquê determinados assuntos parecem ganhar contornos tão maçantes nas redes.

Mais relevante ainda à discussão, por sua vez, seria reordenar o cerne da questão aos próprios editores do *Times* - ou quaisquer agentes correlatos responsáveis pelo monitoramento de mídias da publicação - na ocasião da repercussão negativa do artigo do senador Tom Cotton. A percepção de negatividade quanto ao artigo só foi sentida de tal maneira em função desta fragmentação, que potencializou o papel das audiências hiper intensificando suas reivindicações. Nota-se, nesse sentido, uma modificação estrutural no que se cunharia como *gatekeeping* dos editores - ou seja, a intuição do proceder jornalístico em matéria do que é ou não notícia - neste caso, do que é ou não solicitação justa para com o veículo.

Gatekeeping clássico

⁶ MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais. In: op cit.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

O termo *gatekeeping* não nasce na Comunicação, e sim nos estudos da psicologia social, cunhado por Kurt Lewin (1947) no contexto de descrição da economia doméstica. Uma vez importado pioneiramente por David M. White (1950) ao campo dos estudos midiáticos, logo se torna uma verdadeira metonímia de todo o processo de noticiabilidade e produção de conteúdo jornalístico, ainda que, preciosamente, trate apenas de uma teoria específica sobre a manufatura da notícia e suas nuances, a teoria da ação pessoal. Como assinala Nelson Traquina, as teorias de noticiabilidade não são necessariamente excludentes - comportando-se melhor na descrição dos fenômenos, inclusive, quando complementadas por perspectivas múltiplas (2020, p. 111). Sendo assim, e ressaltando sobretudo seu patamar de generalidade no apontamento do processo de *newsmaking*, o nome será utilizado no desenvolvimento do presente estudo como abstração de todas essas lógicas e conceitos - e assim será também na metodologia de levantamento do *corpus* de análise.

Há duas essências de destaque no modelo tradicional do *gatekeeper*, portando-se como valores basilares dessa concepção clássica. O primeiro fator é o dimensionamento unilateral do processo informativo, sistematizado em perspectiva linear e em fluxo único. Inscrito a este modelo, situa-se um segundo aspecto: a figura dos “portões” da informação, posto exercido, no contexto de um veículo de mídia, pelos jornalistas, com grau de influência sobre a decisão final de publicar o conteúdo proporcional ao seu patamar organizacional dentro da redação. Intrínseca à própria alegoria do portão, institui-se uma noção de retenção da informação, em uma lógica na qual a totalidade de dados disponíveis é reduzida apenas ao alegadamente indispensável - o *gate* é, nesse sentido, um filtro decisório.

Nota-se que a acepção tradicional do *gatekeeping*, contemplada pelos dois aspectos citados, está ligada a um modelo de distribuição midiática específico de uma época, configurando uma realidade já antiquada e, sobretudo no aspecto da escassez de espaços - justificativa para a exclusão e seleção dos conteúdos a serem vinculados -, não mais condizente com as possibilidades do meio digital, que oferece dimensões basicamente ilimitadas nesse sentido. Axel Bruns (2011) ressalta:

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 apuro das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o conhecimento das audiências (...) tinham que ser feitas.

Além de assinalar para uma reestruturação dos *media* capaz de modificar a própria lógica do *gatekeeper*, instituindo um novo papel às audiências, Bruns faz contribuições no sentido de instituir um novo conceito, atento a esse momento inédito e agregador da multipolaridade característica do cenário digital. O



gatematching sugere um ordenamento colaborativo do *gatekeeping* e, sobretudo, está associado ao chamado jornalismo cidadão, isto é, a proposta de imersão da própria audiência nos papéis delegados ao jornalista profissional. Trata-se de um conceito paradigmático na pesquisa em Comunicação e, como veremos, influenciou uma sucessão de trabalhos posteriores.

Ainda que influente, o *gatematching* não despojou por completo o termo *gatekeeping* e suas menções como metonímia do processo de noticiabilidade - por mais que certamente tenha modificado suas interpretações a nível estrutural. Dessa forma, como a bibliografia sobre o tema viu modificada sua compreensão do processo de noticiabilidade? Como se aplica nos mais recentes esforços de pesquisa, afinal, um conceito tão clássico e supostamente já obsoleto às novas dinâmicas em rede?

Os novos *gatekeepers*

A fim de sanar tais questões, estabeleceu-se um *corpus* de análise a partir de publicações científicas em Comunicação de destaque no cenário nacional. O escopo de clipagem iniciou-se com as tiragens: Brazilian Journalism Research, da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Comunicação; revista Âncora, da UFPB; revista Estudos de Mídia e Jornalismo, da UFSC; revista Pauta Geral, da UEPG; por fim, a própria relação geral de dissertações e teses armazenadas pela CAPES. Com base nos termos-chave que norteiam e constam no início do presente artigo - *gatekeeping*, *gatematching*, noticiabilidade, mídias digitais e modulação -, buscou-se menções em prioridade relativa ao ano de publicação, objetivando não extrapolar um período anterior à década de 2010. Grafias distintas para um mesmo conceito ou correlatos - exemplo: *gatekeeper* e *gatekeeping* - foram considerados em ambos os casos. Tal como se demonstrou necessário, a expansão do corpus foi feita em privilégio do ano da publicação do estudo, passando a considerar textos de data de publicação mais antiga, e, quando necessário, em outras revistas científicas indexadas por mecanismos de busca. De um total de 14 trabalhos, dentre artigos, teses e dissertações, oferecemos a seguir um melhor detalhamento de 5 estudos.

Como trabalho mais robusto em abordagem específica ao tema do *gatekeeping*, identificou-se a dissertação de Gonçalo Brito (2014), na qual o autor sinaliza a mudança definitiva que o fluxo multidirecional da informação, assinalado pela multipolaridade das próprias plataformas, demarca no processo do *gatekeeper* - pelo menos em sua acepção clássica. A destituição do monopólio dos “portões” não é suficiente para despojar inteiramente o jornalismo desta função, mas os veículos de mídia precisam se ambientar ao convívio com outros atores midiáticos (emissores) alçados pelas redes - uma vez que muitas



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

das notícias publicadas na imprensa “tradicional” advém dessas mídias e, sobretudo, pois a recepção do conteúdo jornalístico ali ocorre. No sentido de uma fragmentação, o que é observado pelo autor é a dispersão da atenção, condição esta que, analisamos, é possivelmente potencializada pela modulação algorítmica.

Outro estudo a propor reflexões mais desenvolvidas sobre o *gatekeeping*, ainda que centrado em um estudo de caso, é o de Rafael Kondlatsch (2019). Com base na atividade nas redes de grupos de repúdio e apoio à candidatura de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018 - as comunidades #ELENÃO e #ELESIM, respectivamente -, o autor traça uma série de reflexões sobre quem são os *gatekeepers* do universo informativo digital. O trabalho de Kondlatsch entra em consonância ao de Brito ao considerar os *gatekeepers* no plural, cada qual com sua esfera de influência em espaços distintos da web e, sobretudo, em diálogo e conflito constante entre si. Mais interessante ainda é a categorização de um “*gatekeeping*” do algoritmo do Facebook, demonstrando como alguns estudos em Comunicação já se atentam à modulação como dinâmica determinante na percepção e difusão dos conteúdos noticiosos - a ponto do autor considerá-la, em si, uma *gatekeeper*.

Dessa corrente de múltiplos detentores dos “portões” e a conseqüente competitividade do jornalismo diante de outros pólos de captação e difusão de informação, o jornalista pode substanciar sua relevância na rede como difusor de informação, ainda que não mais detenha o monopólio da função, a partir de uma atribuição de *sensemaker*, ou seja, realizando a retomada crítica, com o devido rigor metodológico e ético típicos do fazer jornalístico. Este pode ser o diferencial dos comunicadores em relação a este cenário multipolar e descentralizado, como assinala Gil Ferreira (2018)

Outros estudos mais extensos abordam o termo e seus correlatos apenas tangencialmente, sem aprofundá-los ou mesmo utilizá-los como articuladores de reflexões do mesmo direcionamento aqui proposto. É o caso de Mauricio de Melo Barros (2019), no qual se mencionam algoritmos como métrica de definição de pautas no jornalismo digital, sem demais desdobramentos conceituais. Caso semelhante ocorre com o estudo de Nayara Natalia de Barros (2014).

Considerações finais

A menção direta de Bari Weiss ao Twitter, relacionando-o como “editor final do *Times*”, causa espanto pela identificação - é de reconhecer, e aqui mesmo reside o temor, que o debate público das redes sociais, de alguma forma, sugere o que será manchete em portais de notícias, tão reféns das dinâmicas digitais



F A C U L D A D E C Á S P E R L Í B E R O

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

como a busca pelo clique e o tópico do momento que não resistem nem mesmo os mais tradicionais veículos. Temas como os algoritmos, a distribuição do conteúdo e a generalidade da desinformação nas redes já direcionam pesquisas nos mais variados ambientes de estudo em Jornalismo mas, em certo aspecto, um aparente tabu circunda algumas questões. É nesse sentido que se nota determinada resistência da categoria em reconhecer que, sim, a influência das mídias sociais no quesito formação de pautas é notória, ascendente e tende a se firmar mais ainda - este é o universo informativo, afinal, que vivemos hoje e ainda assistiremos evoluir muito mais.

Esta não é uma brecha ao fatalismo ou conformismo. Lidar com o fenômeno a partir das bases conceituais já consagradas no campo de estudo é essencial para que saibamos como compreender - e lidar com - essa dinâmica tão inédita. Foi nesse sentido que o desenvolvimento do projeto se orientou: a partir do episódio no *Times* de meados de 2020, procurou-se relacioná-lo à bibliografia mais adequada e, mesmo a partir dele, buscar outras reflexões e estender o espectro de discussão. Entendemos que a importação da bibliografia sobre modulação e fragmentação é indispensável para repensar as lógicas do *gatekeeping* em um contexto de web dos algoritmos e, dessa forma, urge o alerta da pesquisa bibliográfica catalogada no *corpus*. A tradição do jornalismo cidadão e participativo parece em declínio diante de uma crescente inquietação quanto ao limítrofe entre audiências colaborativas e seus impactos na própria produção de conteúdo noticioso.



REFERÊNCIAS

BARROS, Nayara Natalia de. Apropriação da curadoria na Web por uma empresa de mídia tradicional: um caso de convergência entre narrativa e banco de dados. 2014. 177 p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/269454>>. Acesso em: 6 dez 2021.

BASTOS, Marco Toledo; TRAVITZKI, Rodrigo; RAIMUNDO, Rafael. Gatekeeping em Tempos de Twitter: A Emergência de Trending Topics Políticos no Twitter. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO XXI, 2012. Juiz de Fora: COMPÓS, UFJF, 2012.

BASTOS, Marco Toledo. Public Opinion Revisited: The propagation of opinions in digital networks. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 2012, vol. 4, no 2-3, p. 185-201.

BRITO, Gonçalo Nuno Maurício. *Gatekeeping de notícias na era dos media sociais: alguém ainda guarda os portões?*. 2014. Tese de Doutorado.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v. 10, n. 2, p. 224-247, 2014.

BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia*, v. 107, n. 1, p. 31-44, 2003.

BRUNS, Axel. Gatewatching, Gatecrashing: Futures for Tactical News Media. In: Megan (Ed.). *Digital media and democracy: Tactics in hard times*. Mit Press, 2010.

FERREIRA, G. B. Gatekeeping Changes in the New Media Age: The Internet, Values and Practices of Journalism. *Brazilian Journalism Research*, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 486-505, 2018. DOI: 10.25200/BJR.v14n2.2018.1026.

GANDOUR, Ricardo. *Jornalismo em retração, poder em expansão: como o encolhimento das redações e o uso crescente de redes sociais por governantes podem degradar o ambiente informativo e prejudicar a democracia*. Tese de Doutorado. São Paulo, SP.: Universidade de São Paulo, 2019.



F A C U L D A D E C Á S P E R L Í B E R O

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

HERCKOVITZ, Heloiza G. Características dos portais brasileiros de notícias. *Brazilian Journalism Research*, v. 5, n. 1, p. 102-126, 2009.

HIRZALLA, FADI; VAN DE WIJNGAERT, LIDWIEN; VAN ZONEN, LIESBET. Do social media transform journalism? Media@LSE Working Paper Series.

PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2012.

SHOEMAKER, Pamela J. et al. Os leitores como gatekeepers das notícias on-line: Brasil, China e Estados Unidos. *Brazilian journalism research*, v. 6, n. 1, p. 58-83, 2010.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; DA SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Ed.). *A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais*. Hedra, 2018.