



## **Da Teoria do Espelho ao Jornalismo em Mídias Sociais – Alterações no fluxo informacional e a prática jornalística<sup>1</sup>**

Marcelo Igor de SOUSA<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

O jornalismo, como fenômeno midiático, mantém uma estreita relação com os canais tecnológicos. Com o progresso dos meios e o desenvolvimento de novas formas de publicação, o campo jornalístico se adaptou e remodelou-se. As alterações provocadas pela crescente acessibilidade à Internet e às tecnologias condicionam o processo participativo e mudam também a prática profissional, com uma maior interferência dos públicos nos resultados dos conteúdos noticiosos. Essas mudanças encaminham para o que pode ser chamado jornalismo em mídias sociais, produzido no ritmo dos fluxos das redes e em processo contínuo de aperfeiçoamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** cibercultura; jornalismo; mídias sociais; teorias do jornalismo

### **Introdução**

Um notado acesso a ferramentas de publicação e difusão de conteúdo e uma circulação maior de informações têm causado inúmeras alterações na produção e no consumo de notícias. O sistema de comunicação em rede, com as possibilidades de trocas recíprocas, serviu de base para o aprofundamento da característica principal da Internet: ela não possui apenas linguagem, mas conexão e interação, num espaço mais diferido e bem mais longe da linearidade dos meios tradicionais. E como se trata de um modelo ainda aberto e socialmente indeterminado, se falará de certas lógicas de transição entre o modelo tradicional de jornalismo e essas novas práticas.

O crescimento da participação dos públicos e da influência do material produzido e divulgado por eles causa mudanças no fluxo informativo, que não pode ser considerado como centralizado nos meios tradicionais.

O jornalismo está mudando. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação e computação permite pela primeira vez, desde o surgimento da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Aluno do Mestrado em Comunicação – Linha de Pesquisa Mídia e Cidadania – da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, email: [marceloigors@gmail.com](mailto:marceloigors@gmail.com)



sociedade de massa, que os cidadãos ameacem com alguma chance de sucesso o monopólio da ‘grande mídia’ sobre o fluxo de informação (TRÄSEL, 2008, p. 77).

Obviamente, sempre houve espaço para algum tipo de diálogo da população com os meios de comunicação (as cartas à redação, o telefonema na rádio, etc.), mas nunca essa participação atingiu o nível alcançado com as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias. O modelo da carta enviada à redação, por exemplo, dependia da escolha de um editor para chegar às páginas do jornal, e numa edição posterior da publicação. Com a comunicação a partir das mídias sociais, os públicos interagem com os produtores em um nível nunca atingido por outro meio de comunicação. Para seguir neste trabalho, é útil, mesmo que brevemente, fazer a revisão breve de algumas teorias básicas do jornalismo.

## 1. Progresso das teorias do jornalismo

A prática do jornalismo adveio da necessidade de troca de informações e do progressivo interesse que foi sendo surgido por tais informações. Muito posterior foi a reflexão teórica sobre a essa prática. As teorias iniciais indicavam o jornalismo como espelho da realidade, um campo que próximo da neutralidade, que poderia apresentar à sociedade o que seria de fato ela mesma. Algo como o real que pudesse ser reproduzido, numa teoria vinculada ao discurso da objetividade. Para essa teoria, chamada também de “teoria do espelho”, a linguagem opera apenas como intermediária e o discurso isento é capaz de mostrar a realidade.

Com o processo de reflexão sobre a prática jornalística, foi-se abandonando essa ideia e assumindo-se a visão de que o discurso jornalístico, de forma alguma é isento e de que entre a realidade e o discurso há muitas interferências. Para tentar dar conta das interferências desde o contato com a realidade até a publicação da notícia é que surge a teoria do *gatekeeping*<sup>3</sup>, que diz que a definição do que e de que modo vai ser publicado passa pelo crivo dos profissionais e dos critérios de noticiabilidade. As informações são controladas a partir dos *gates*<sup>4</sup> pelos quais se vai aprovar aquilo que será publicado e o que não vai.

<sup>3</sup> A teoria do *gatekeeper* surgiu nos anos 50, aplicada por David Manning White em um artigo publicado na revista *Journalism Quarterly* - a mais antiga revista acadêmica sobre estudos jornalísticos. White foi o primeiro pesquisador a utilizar o termo para o jornalismo. (WEBER, 2010)

<sup>4</sup> A partir da teoria do “Gatekeeper”, “gates” são os portões que as informações têm de ultrapassar para se tornarem notícias e serem publicadas pela mídia.



Sobre o papel do jornalista, desse modelo tradicional, Nilson Lage afirma que “a organização social já canalizou a informação para as fontes primárias a que o cidadão comum não tem nem poderia ter acesso” (2000, p. 52). A teoria do *gatekeeping* veio também justificar o acesso privilegiado às informações, o qual ampara as afirmações de Lage. Mesmo a teoria do *gatekeeping* foi sendo atualizada para uma nova versão mais ampla e próxima do entendimento de circulação da informação, característica própria de tempos de enormes fluxos.

A partir dessas alterações teóricas e dos meios tecnológicos, a mediação *a priori* é substituída pela mediação *a posteriori*, ou seja, no novo fluxo as informações circulam para depois tentar ultrapassar os *gates*, e não o filtro dos *gates* seleciona aquilo que será informação. Primo & Träsel (2006) apontam para o deslocamento da noção de *gatekeeping* para a de *gatematching*, ou seja, a informação é disponibilizada, e só depois passa a ser avaliada. O descarte feito nos modelos tradicionais de jornalismo não precisa mais ser praticado. “Caíram os portões” (p. 7). Tudo isso em decorrência dos fluxos específicos dos processos de comunicação contemporâneos ou, como afirma BRAGA (2007), os processos diferidos e difusos crescentes são marca especial da midiatização. “Com a mediatização, a processualidade diferida e difusa adquiriu diferente amplitude e diversas qualidades adicionais.” (BRAGA, 2007, p. 150).

O novo fluxo das informações, mais próximo da realidade atual, é que direciona para a mudança na ideia de seleção para publicação para a ideia de seleção a partir daquilo que já foi publicado, ou seja, do *gatekeeping* para o *gatematching*. O jornalista, como um *gatematcher*, não é mais o responsável por rejeitar notícias para priorizar aquelas que cabem no espaço do jornal impresso ou no tempo do telejornal. Com a facilidade de publicação, o profissional está mais próximo de ser um organizador e direcionador, como um observador qualificado da informação na rede telemática. Amparada em Axel Bruns, Carolina Weber (2010) afirma que o *gatematcher* identifica as novas informações úteis “com objetivo de canalizar este material para atualizar e estruturar notícias que possam apontar direções para conteúdos de relevância e outras partes do material selecionado” (p. 10).

O acirramento dos fluxos informacionais e a horizontalização da produção de conteúdos leva a um novíssimo tipo de “consumo” do produto jornalístico, tendo a informação como um produto que circula em mídias sociais, a tal ponto como questiona sobre NICKEL (2011, p. 114): “o tempo que se leva para escrever um texto não será o suficiente para torná-lo obsoleto?”. Com isso, o jornalismo passa por uma crise de



legitimação e busca se readaptar num contexto que, ao menos aparentemente, parece muito questionador de seus saberes e valores adquiridos e de seu papel de mediação social<sup>5</sup>. LIMA JÚNIOR (2009, p.96) fala em uma distensão hierárquica dos processos de produção da notícia, ou seja, as redes geram um processo de desconstituição hierárquica.

A seguir, serão conceituados os aspectos de mudança na comunicação e no jornalismo para a caracterização do aspecto atual de circulação informacional a partir de mídias sociais e em rede informatizadas, ressaltando os aspectos de desintermediação que geram.

## **2. A circulação e o jornalismo**

Como já relatado, o acesso aos meios de informação e comunicação encaminhou de justificação da prática jornalística como espelho da realidade para modelos em construção que afirmam uma circulação de informações em grandes fluxos e de manejo colaborado. A circulação aqui está entendida, como em Verón (2005) e Fausto Neto (2006), a partir da superação dos modelos comunicacionais baseados no esquema da emissão e da recepção.

Os processos interacionais apresentam-se cada vez mais mediados, caracterizando uma sociedade mais traspassada pela influência dos meios, de forma cada vez mais crescente e generalizada. Nesse contexto, a inserção dos meios é bem mais que uma instrumentalização ou em vida de uma mediação, sendo entendida como modificadora de realidade, produtora de sentido. Além dos aspectos tecnológicos, a mediação interfere no cerne na teia das relações sociais, da cultura, do simbólico, de uma maneira relacional e transversal, ou seja, não é linear e nem determinista. (cf. FAUSTO NETO, 2006, p. 12)

O jornalismo é muito influenciado pelo desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Para Carolina Weber (2010), as principais modificações nas práticas jornalísticas são: “na estrutura das organizações, no acesso à informação e às fontes, no tratamento das mensagens e na relação com o público”. O processo de mediação expandido modifica as relações entre mídia e sociedade e entre a própria mídia. KOVACH e ROSENSTIEL chamam de “sentido de percepção” (2003, pp. 36-40) a

---

<sup>5</sup>Esses aspectos são tratados em dissertação de mestrado de Luciana Carvalho: *Legitimação Institucional do Jornalismo Informativo nas mídias sociais digitais: estratégias emergentes no conteúdo de Zero Hora no Twitter*, Universidade Federal de Santa Maria, 2011.



necessidade que os seres humanos têm de saber o que acontece do outro lado do país e do mundo. E a necessidade que a sociedade tem das notícias é diferente em cada tempo e tem suas especificidades. As expectativas dos indivíduos, da sociedade e do mercado exigem novas formas de produção da notícia. A configuração do suprimento dessa necessidade sempre ficou condicionada ao provimento dos *media* tradicionais para a população. Essa influência aconteceu concomitantemente com a delegação a esses meios quanto à seleção das notícias.

Com as novas tecnologias, os públicos têm um papel mais ativo e seletivo na absorção do conteúdo necessário para a satisfação de um novo “sentido de percepção”. Carolina Weber resume as mudanças em:

Se antes as funções dos profissionais de rádio, TV e imprensa se diferenciavam pela utilização de ferramentas distintas, hoje, com a convergência de mídias, essas funções se misturam – em um só aparato, o computador, pode-se escrever um texto, editar um vídeo, gravar o áudio para uma reportagem e ainda disponibilizar tudo isso na rede. (WEBER, 2010, p.2)

A relação com a informação na qual jornalista é como o “artesão” do evento para lapidá-lo e entregá-lo ao cidadão é modificada a partir das novas formas de participação. Além dos eixos evento–jornalista e jornalista–cidadão, surge mais um eixo, evento–cidadão de forma direta. Isso pode ser entendido pelo fato de que as narrativas tomam sua estrutura a partir do progresso de cada época. E o próprio desta época é a interação, a participação e a comunicação em rede. KOVACH e ROSENSTIEL apontam para um público híbrido, entre produção e consumo da notícia. “O público se converte não em consumidores, mas em ‘promidores’, um híbrido de produtor e consumidor de notícia” (2003, p.41).

Os limites entre as pontas do processo de produção da notícia vão desaparecendo. “A ideia central é a de que a elaboração da notícia está se tornando um processo contínuo, colaborativo e interativo. Esse processo tem como características principais a transparência e a participação” (CASTILHO, 2004). O novo consumidor de notícias é leitor, espectador, ouvinte e produtor de texto, imagem e som. Os papéis são alternados sempre, de leitor a autor.

Nas palavras de FOSCHINI & TADDEI, “a separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. (...) O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio de colaboração” (2006, p. 9). O modelo de comunicação



em que se divide um mundo em poucos “emissores” e muitos “receptores” não se sustenta mais, porque receber e difundir informações deixa de ser papel rígido e distribuído socialmente, e o fluxo das informações passa a ser cada vez mais fluido.

### 3. Comunicação *Peer-to-peer*

A lógica de compartilhamento de informações que tem desenvolvimento crescente e influencia todos os modos de produção da notícia, sejam tradicionais ou modernos, é a que segue o modelo *peer-to-peer*<sup>6</sup>. Entendida inicialmente como compartilhamento de informações entre os computadores, o termo passou também a designar “múltiplos processos e práticas sociais relacionadas com a livre possibilidade de construção de novos meios de expressão da cultura” (MALINI, 2008, p. 1). Ou seja, um processo contínuo de produção. Essa lógica de produção é bem diferente da consolidada e apresenta-se como proposta inovadora para a construção da notícia. “No lugar de uma criação que resulta um objeto pronto, com as novas tecnologias da informação, verificamos a emergência do processo colaborativo entre grupos para criar um trabalho, performance, evento ou projeto” (MALINI, 2008, p. 2). A base dessa produção é a reinterpretação coletiva, em escala sempre crescente. “O conhecimento hospedado nessas redes sociais torna-se insumo para que haja criações e recriações, que, depois de produzidas, retornam em parte para as mesmas redes de onde saíram suas bases e referências” (MALINI, 2008, p. 5).

Novos conceitos de produção da notícia advêm da sociedade contemporânea e de seu novo relacionamento com a comunicação. “A interação com o público se torna parte da matéria à medida que esta se desenvolve”. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, pp.41-42). Isso deve ser entendido não somente no relacionamento jornalista-público, mas também nos relacionamentos público-público. Os nós são participantes ativos do processo, portanto, cada usuário também pode ser um produtor, interferir no conteúdo que recebe. Essa participação maior dos públicos no processo de produção da notícia gera um maior compromisso cidadão e uma maior interferência na construção da democracia.

A lógica *peer-to-peer* aumenta a cada dia, com a colaboração dos usuários na produção de conteúdos. Muitos sites são criados, autorregulados, editados, moderados e comentados pelos próprios usuários. O internauta cada vez mais produz e

---

<sup>6</sup> Entende-se por *peer-to-peer* a partilha de recursos e serviços através da troca direta entre sistemas



compartilha conteúdos e “gera uma ‘nova audiência’ em ‘novos meios de comunicação’” (MALINI, 2008, p. 1). A base técnica para a construção dessa lógica é composta de ferramentas de publicação como blogs<sup>7</sup>, microblogs<sup>8</sup>, flogs<sup>9</sup>, vlogs<sup>10</sup>, wikis<sup>11</sup> e portais colaborativos; fóruns; e redes sociais. A consequência da crescente popularização dessas ferramentas foi o surgimento de novos e múltiplos produtores de informação, que realizam trocas dessas informações em partilhas entre iguais. “A tecnologia da publicação por PC e a sua prole abriram a porta a muitos novos actores” (GILLMOR 2005, p. 29).

As alterações provocadas por essa nova tecnologia causaram e causam verdadeiras revoluções no modo de comunicar do cidadão do século XXI. “A Internet é o meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos para muitos em tempos escolhidos e em escala global.” (CASTELLS, 2003, p. 16). Outra característica é que as novas mídias também fogem das limitações de espaço e de tempo e das grades rígidas dos meios tradicionais.

O interagente da rede é construtor do texto da Internet não só quando escreve, grava um vídeo ou fotografa algo, mas o fato de navegar pelos conteúdos já demonstra a sua edição e determinação da informação final que deseja receber. Além de oferecer a possibilidade de comunicação, o conteúdo da Internet permite que aquele que recebe informações possa escolher como e quando quer recebê-las, através dos filtros disponíveis, que levam o conteúdo informativo a ser oferecido de forma individualizada. (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

Os usuários não mais dependem exclusivamente dos filtros dos *media* tradicionais, mas são eles que podem questionar a agenda das empresas tradicionais de comunicação. Obviamente há o risco de ser prematuro e receber uma informação ainda não totalmente apurada. “A possibilidade permanente de correção de uma notícia, por outro lado, é paga com o risco de se ler uma informação prematura, sem a apuração completa” (BRAMBILLA, 2005, p. 10).

---

<sup>7</sup> Abreviação de weblog, página pessoal ou de um grupo, com fácil atualização, para a publicação de textos a vídeos (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

<sup>8</sup> Ferramenta de publicação para textos de poucos caracteres, como o Twitter, com postagens de apenas 140 toques.

<sup>9</sup> Abreviatura de Fotoblogs; blog apenas de fotos (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

<sup>10</sup> Abreviatura de Videoblogs; blog para disponibilização e visualização de vídeos (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

<sup>11</sup> Sites em que a atualização é compartilhada, com a postagem, alteração e acréscimo de conteúdo (FOSCHINI & TADDEI, 2006).



#### 4. Jornalismo Colaborativo

A partir das novas formas de acesso a meios de produção e publicação é que surgiu o conceito de jornalismo colaborativo, cidadão ou participativo. Em síntese, é definido pela participação das audiências (ou usuários – produtores) na construção de conteúdos informativos e noticiosos, seja no estágio de colaboração ou no trabalho de recolher, selecionar, analisar e difundir informação. Neste modelo, funções que antes eram restritas aos grandes meios e a profissionais especializados, nos modelos tradicionais de comunicação, passam a o alcance dos diversos públicos. O jornalismo colaborativo é fruto das práticas desenvolvidas a partir da comunicação *peer-to-peer* e devido principalmente à Internet e às ferramentas portáteis. Diante disso, muitas empresas de comunicação reagiram ao perder a primazia do acesso e difusão da informação tentando englobar as práticas em sua rotina de produção.

A compreensão da influência do jornalismo colaborativo é fundamental para o entendimento das mudanças que ocorrem e que vão ocorrer no jornalismo. “A possibilidade de serem desmentidos ou confrontados levará os meios de comunicação a serem mais atentos a alternativas e novas perspectivas e preocupados em atender às expectativas de um público ativo e pensante” (GRZESIUK, 2008, p.10). Barichello e Carvalho (2008) apontam a interferência do webjornalismo participativo como uma estratégia de legitimação do campo jornalístico através da autorreferencialidade que propõe.

Autores que estudam o modelo de jornalismo cidadão (BRAMBILLA, 2005; GRZESIUK, 2008; PRIMO & TRÄSEL, 2006) acreditam que o desenvolvimento do jornalismo cidadão não dispensa nem substitui o trabalho do jornalista profissional. Segundo eles, a profissão não deixará de existir, pelo contrário, ganha forças com a colaboração dos cidadãos. Primo & Träsel fazem a ressalva de que

(...) tanto o radicalismo otimista, que vê nas tecnologias digitais de cooperação a garantia de uma pseudodemocracia universal, quanto o extremismo corporativista, que enxerga nos noticiários participativos uma ameaça à profissão ou aos cursos de jornalismo, revelam seu estrabismo conceitual (2006, p. 2).

Mudanças no jornalismo tradicional incorporam um novo perfil de profissional. “O novo jornalista não decide mais o que o seu público deve saber. Ele





ajuda o público a pôr ordem nas coisas” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p.41). Castilho (2004) aponta para o fato de que, com essas alterações, o jornalismo deixou de ter mão única para ser um novo processo em que “estão desaparecendo as barreiras entre produtores e consumidores de informação – no qual o jornalista perdeu a exclusividade no manejo e da transmissão de notícias”.

Os públicos passam a não mais aceitar um material que é entregue pronto, impessoal e produzido por jornalistas aparentemente alheios ao seu próprio mundo, por estarem num patamar diferenciado das audiências. E as empresas devem passar a compreender, a partir de diálogos com seu público, que “serem transparentes e verdadeiras não é apenas uma medida justa, é também inteligente” (GILLMOR, 2005, p. 80). Aos jornalistas profissionais, o jornalismo participativo os ensina “ouvir” seus leitores, o que pode contribuir para melhorar o seu trabalho. Em meio a aspectos ainda em desenvolvimento do jornalismo colaborativo é que já se vislumbra um novo modelo, que pode ser observado a partir de uma evolução do sentido de participação aliada ao acesso a redes e mídias sociais.

## **5. Jornalismo em mídias sociais – ponto de mudança**

Retomando aspectos já indicados neste *paper*, pode-se identificar que mesmo os materiais produzidos pela mídia tradicional, com formatos pretensamente fixos, estão cada vez mais deixando de ser definitivos, pois um e-mail ou um comentário pode trazer informações ou novo ponto de vista, o que acaba tornando-se parte do produto jornalístico. E as influências da comunicação *peer-to-peer* na produção jornalística têm contribuído não só para o aumento de informações, mas para a sua variedade. “O jornalismo produzido por gente com perspectivas diferentes é sempre melhor que qualquer jornalismo produzido sob um ponto de vista individual” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 161). O estilo de comunicação direta potencializa um jornalismo mais próximo do diálogo e das trocas recíprocas. LIMA JÚNIOR fala em mídia social conectada como plataforma midiática “com a meta de elaborar, compartilhar e distribuir informações, transformando-as em um bem social” (2009, p.97).

Diante desse contexto, Carlos Castilho (2010) aponta um passo mais além no fazer jornalístico, o que ainda está em construção, mas para onde se encaminha a



profissão: jornalismo em mídias sociais, surgido a partir dos fluxos informacionais estarem sendo disseminados sem a rígida mediação institucional. Para ele, esse modelo de jornalismo ainda está longe da prática atual, mas tende a se concretizar cada vez mais. O conceito, ainda em fase inicial de desenvolvimento está muito ligado ao papel que a Internet terá na sociedade nos próximos anos. O jornalismo em mídias sociais vai atuar nas redes sociais digitais e baseado em “softwares de produção colaborativa e coletiva de narrativas textuais, visuais, sonoras e interativas” (CASTILHO, 2010). Esse modelo está ligado às mídias interativas e às comunidades virtuais desterritorializadas.

O jornalismo em mídias sociais parece surgir para atender à demanda de organização informacional que aparenta ser cada vez mais necessária em tempos de fluxos contínuos, descentralização e diversidade aparentemente infinita de fontes. O contexto de partida aparenta ser o apresentado por Braga (2007):

“Mesmo nos processos de rede informatizada, a interatividade restrita (respostas pontuais, especificamente de retorno direto ao pólo produto/emissor) é relativamente rara e compõe apenas uma parte da complexa interacionalidade social da mediação. A Internet, na verdade, viabiliza e/ou acelera e amplia aquilo que assinalamos como 'interatividade difusa': as 'respostas' não são tipicamente de retorno direto pontual (interatividade 'conversacional') - são antes repercussão -redirecionamento – circulação de reações para âmbitos diferidos e difusos. Nessa circulação, o pólo emissor acaba também entrando no circuito (e o faz até no seu próprio interesse de sintonia)” (p.153)

O aspecto do desenvolvimento tecnológico acrescido, principalmente, do uso que os interagentes das redes têm dado às ferramentas tem sido fatores característicos de nova configuração, baseada na produção de conteúdo e da valorização do que é produzido. BRAMBILLA (2011) identifica o ponto de mudança do jornalismo colaborativo para o jornalismo em mídias sociais: “Se até então o usuário batia na porta de um veículo oferecendo o seu conteúdo para publicação, agora é o veículo que deve correr atrás do usuário em busca de um conteúdo diferenciado e com alto teor de noticiabilidade” (p. 98-99).

A partir do ponto de mudança, o novo profissional aparece então como um “gestor de comunidades sociais” e sua atividade está longe da lógica industrial de produção nas redações. “Os defensores da ideia afirmam que os profissionais encontrarão dentro das comunidades — ou seja, junto às pessoas —, a matéria prima para alimentar o processo de produção de informações e conhecimentos que ativará a formação de capital social” (CASTILHO, 2010). Para esse perfil e seguindo o que



afirma BRAMBILLA (2011), o profissional jornalista em redes sociais deve ser, antes de tudo, um forte usuário das redes. E ainda CARVALHO (2011, p.113): “O desafio está posto: conhecer as redes é saber interpretar os modos de interação, que podem variar de acordo com a rede, e estar preparado para a mudança do padrão de relacionamento com as pessoas e entre elas”.

A circulação nas redes sociais tem a ampliar-se de tal forma que as informações estarão em fluxo dentro das próprias redes e aproximará cada vez mais o jornalista de seu “público”. Para CASTILHO (2010), o jornalista deverá exercer funções próximas às de um “curador de notícias”, responsável por “selecionar e aglutinar informações como fazem os curadores de museus ou exposições, responsáveis pela escolha das obras que serão expostas”.

Alguns exemplos abarcam os mais diversos aspectos do que pode se entender por jornalismo em mídias sociais: as coberturas em catástrofes e as primeiras notícias em acontecimentos inesperados (como um apagão ou uma enchente), entrevistas com perguntas enviadas pelo público, agendamento dos veículos a partir de assuntos mais comentados em redes sociais, coberturas em tempo real mais amplas (como no trânsito), horizontalização de discussões, pronunciamentos de personalidades a partir de publicação direta em redes sociais, protestos e petições em plataformas virtuais e ações colaborativas de cidadãos em redes para investigação de documentos governamentais.

Esse fluxo é responsável pelo novíssimo padrão de acesso às informações, com os interesses individuais dos usuários cada vez mais à ribalta. “Não é necessário ser nenhum guru ou especialista para perceber que as redes tendem a ser o grande manancial do conhecimento humano” (CASTILHO, 2010). O jornalismo em mídias sociais amplifica o que se entendia por participação no jornalismo cidadão e expande seu alcance e a interferência nos espaços institucionais do jornalismo. Ou, nos termos de João Carlos Caribé, a notícia em primeira mão, em muitos casos, pertence ao “*mystream*”<sup>12</sup>, em contraposição ao “*mainstream*”:

A facilidade e velocidade de se produzir e consumir informação nesse espaço alavancou o conceito da instantaneidade e sublimou romantismo do “furo jornalístico”, vários grandes fatos recentes noticiados pela mídia *mainstream*, foram antes noticiados pela mídia “*mystream*”(CARIBÉ, 2011, p.178)

---

<sup>12</sup> Adaptação do usual *mainstream* para identificar o destaque de que o usuário ou interagente tem, muitas vezes, o papel de divulgador de informações.



Luciana Carvalho aponta para uma crescente inclusão do público na narrativa jornalística, como visto em sua pesquisa sobre o acionamento a informações de interagentes de redes por parte de um veículo institucionalizado de mídia, no caso, o Jornal Zero Hora (CARVALHO, 2011). Ela também afirma que a cobertura participativa por parte das organizações noticiosas nas mídias sociais é recente, “mas pode ser uma iniciativa capaz de agregar um novo tipo de credibilidade no espaço digital” (CARVALHO, 2011, p. 105). Ou seja, mais que buscar audiência, a mídia institucionalizada tem o papel de conquistar atenção em meio à imensa circulação e diante de um usuário atuante nos fluxos das redes.

O momento é de novidade e de descoberta do que poderá ser reelaborado no jornalismo a partir das mídias sociais. Tudo isso pode ser ligado como o que fala Jöel de Rosnay, “com vuestras redes interactivas internacionales, está emergindo una clase nueva de ciudadanos: las gentes que quieren expresarse, las personas. Y no sabemos como actuar con ellas” (2005, p. 30). Ou seja, a atuação nessa nova realidade carece de mudanças estruturais. Se no jornalismo participativo, a inclusão do público era vista como uma amenidade, uma gentileza de boa vizinhança, no jornalismo emergente nas mídias sociais, “incluir o público passa a ser vital para a sobrevivência do próprio jornalismo”. (CARVALHO, 2011, p. 105).

Cabe ao jornalismo e ao profissional realizarem uma adaptação. A produção de conteúdo deve ser tratada a partir das características tecnológicas das novas plataformas, ou seja, dos aspectos das mídias sociais conectadas (cf. LIMA JÚNIOR, 2009). E a ausência de posturas inclusivas tem trazido prejuízos. “Entretanto, a falta de adaptação dos conceitos jornalísticos ao novo ambiente comunicacional proporcionado pelas redes digitais conectadas também impede que muitas inovações sejam introduzidas” (LIMA JÚNIOR, 2009, p. 99).

## Referências Bibliográficas

BARICHELLO, Eugênia Mariano da Rocha; CARVALHO, Luciana Menezes. **Webjornalismo participativo e autorreferencialidade: estratégias de legitimação do campo do jornalismo na sociedade midiaticizada**. Alceu, v. 9, n. 17. pp. 90-101 – jul/dez 2008.

BRAGA, José Luiz. **Mediatização como processo interacional de referência**, in Médola, Ana Sílvia, Denize Correa Araújo e Fernanda Bruno (orgs.). *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática* - Livro da XV Compós. Porto Alegre, Sulina, 2007



BRAMBILLA, Ana Maria. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. Cibercultura**, Revista Famecos/PUCRS, nº 13, 2005. p. 87-94. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf> <Acesso em 29 de dez. 2010>

\_\_\_\_\_. **Mídias Sociais e... Jornalismo**. In: Para Entender as Mídias Sociais. BRAMBILLA, Ana Maria (Org.). Digital, 2011. pp. 97-100.

CARIBÉ, João Carlos. **Mídias Sociais e... Classes Populares**. In: Para Entender as Mídias Sociais. BRAMBILLA, Ana Maria (Org.). Digital, 2011. pp. 177-189.

CARVALHO, Luciana. **Mídias Sociais e... Coberturas Participativas**. In: Para Entender as Mídias Sociais. BRAMBILLA, Ana Maria (Org.). Digital, 2011. pp. 101-113.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet – Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

CASTILHO, Carlos. **Futuro do Jornalismo: luz no fim do túnel?**. Observatório da Imprensa. 29 de out. 2010. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id={5905A1AD-8B78-4E31-A34D-F919981053D8}&id\\_blog=2](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id={5905A1AD-8B78-4E31-A34D-F919981053D8}&id_blog=2). <Acesso em: 28 de dez. 2010>

\_\_\_\_\_. **Mudanças na produção da notícia**. Observatório da Imprensa. 10 de ago. 2004. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=289ENO001>. <Acesso em: 28 de dez. 2010>

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização, prática social – prática de sentido**. Trabalho apresentado no encontro da Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido. São Leopoldo, RS, 2006.

FOSCHINI, Ana Carmen & TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão – Você faz a notícia**. Coleção Conquiste a Rede. Overmundo. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia>. <Acesso em: 23 de nov. 2010>

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

GRZESIUK, Mariana Dourado. **O jornalismo cidadão na internet**. Faculdade Assis Gurgacz, 2008. Disponível em: <http://www.fag.edu.br/adverbio/artigos/artigo09%20-%20adv06.pdf>. <Acesso em: 30 de dez. 2010>

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.

LIMA JÚNIOR, Walter. **Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital**. *Líbero*, São Paulo v.12, nº 24, dez 2009, pp 95-106.

MALINI, Fábio. **Crítica à web 2.0: Controle e autonomia do comum na internet**. Anais do II Simpósio da ABCiber, PUCSP, São Paulo. Disponível em <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fabio%20Malini.pdf>. <Acesso em: 15 de set. 2009>



NICKEL, Bárbara. **Mídias Sociais e... Tempo Real no Jornalismo**. In: Para Entender as Mídias Sociais. BRAMBILLA, Ana Maria (Org.). Digital, 2011. pp. 114-116.

PRIMO, Alex & TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

ROSNAY, Jöel de. **Un cambio de era**. IN: RAMONET, Ignácio (org). La post-television – multimédia, internet y globalización económica. Madrid: Içaria-Antrazyt, 2005..

TRÄSEL, Marcelo. **Jornalismo participativo online: intervenção do público no Wikinews e no Kuro5hin**. Brazilian Journalism Research (versão em português). Volume 1 – Number 1 – 2º Semestre, 2008.

VERÓN, Eliseo. **Espacios Mentales – Efectos de agenda 2**. Buenos Aires: Gedisa, 2005.

WEBER, Carolina Teixeira. **Gatekeeper e gatwatching: repensando a função de selecionador no webjornalismo**. In: Intercom Sul 2010 – XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 05, 2010, Novo Hamburgo. Anais... Novo Hamburgo, 2010.