

JORNALISMO TRADICIONAL E NOVAS MÍDIAS: UMA NOVA VISIBILIDADE, UMA RECONFIGURAÇÃO DA ESFERA PÚBLICA¹

René Takeuti²

Universidade Paulista

Resumo

Este texto trata das interações do jornalismo tradicional — e em especial do jornalismo impresso (analisado sob a ótica da teoria de *Gatekeeping*) — com novas formas de produção jornalística (referidas aqui pelo conceito conhecido como *Gatewatching*), conduzindo a uma reconfiguração da produção de notícias e a uma nova dimensão da formação da opinião pública, possibilitando novas alternativas de visibilidade para questões relevantes da sociedade consideradas no contexto da esfera pública.

Palavras-chave

Gatekeeping; *Gatewatching*; esfera pública; grupos sociais; opinião pública

Introdução

Recentemente, três episódios – entre diversos – mereceram certo destaque nos meios de comunicação de massa e acabaram suscitando reflexões com relação às novas mídias utilizadas na veiculação de notícias e informações e suas interações com as mídias tradicionais.

No primeiro, suspeitas de irregularidades nas eleições ocorridas no Afeganistão veiculadas por Twitter e por alguns sites conseguiram romper a barreira de silêncio imposta pela censura pró-Taleban e fizeram chegar em primeira mão informações ao Ocidente, realizando assim uma tarefa típica da imprensa tradicional: denunciar.

Fato relevante neste caso é que essa especificidade do jornalismo tradicional – a investigação de um caso, dispondo para tal de meios e recursos próprios –, foi suplantada por

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo e novas formas de produção da informação”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Bacharel em Comunicações pela USP / Bacharel em Economia pela USP; Pós-graduado em Administração de Empresas pela FGV / Mestrando em Comunicações pela UNIP — retakeuti@gmail.com

afegãos, em sua grande maioria cidadãos comuns que, em tempo quase real, divulgaram as irregularidades ocorridas nas eleições.

A agência de notícias Pahjwok Afghan News, por exemplo, reportou pela Internet imagens feitas por celular de ataques do Taleban em Kandahar antes do pleito. Quase que de forma on-line, a agência também noticiou o voto do presidente Hamid Karzai, além de outros confrontos e violências praticados no país. Já o site “Alive in Afghanistan” informou casos de violência e irregularidades nos locais de votação por meio de informações postadas no Twitter, por e-mail, mensagens de SMS ou pela Internet.

Em um segundo episódio, ocorrido em janeiro deste ano, o pouso forçado de um Airbus A-320 no Rio Hudson, nos Estados Unidos, foi flagrado pela câmera de um navio da guarda-costeira. Foi o bastante para que a habilidade do piloto em pousar o avião nas águas geladas ganhasse o mundo. Mas não sem antes passar pelo YouTube.

Em um terceiro episódio, de repercussão poucas vezes vista nos meios de comunicação de massa, uma desconhecida Susan Boyle transforma-se em celebridade – uma gata borralheira em princesa – quase que da noite para o dia, surpreendendo pela amplitude que o caso tomou em praticamente todo o mundo, configurando-se assim num fenômeno de mídia de massa que por si só mereceria estudos, mas que, no âmbito deste artigo, basta lembrar que ganhou amplitude a velocidade maiores a partir das notícias postadas na Internet.

Estes exemplos de velocidade e instantaneidade dessas novas mídias contribuem para atribuir ao jornalismo que se propaga a partir da Internet uma certa aura de onisciência e onipresença, características nem sempre encontradas no jornalismo tradicional. Mais do que isso, estes e outros casos ainda levantam reflexões sobre os rumos do jornalismo tradicional – particularmente os do impresso. Os questionamentos fazem refletir, entre outros pontos, se os indivíduos de hoje testemunham alguma espécie de rivalidade entre o jornalismo tradicional e o de Internet, cujo prêmio maior é a atenção do leitor/receptor e, por conseguinte, a conquista de sua preferência.

Haveria, de fato, alguma espécie de justaposição de novas mídias sobre as mídias tradicionais, e especialmente sobre a mídia impressa? Quais os limites dessas novas mídias, se é que elas os têm?

O objetivo deste artigo é refletir sobre estes pontos e traçar considerações para melhor situar e delimitar a influência dessas novas mídias no jornalismo, particularmente sob a luz da esfera pública, uma abordagem que pode se mostrar útil para identificar os espaços de cada qual.

O ponto de partida serão dois conceitos pelos quais se distinguirá essas duas formas de produção jornalística – a tradicional e a que trafega pela Internet – respectivamente referenciadas pelos conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching*.

Gatekeeping

Nos Estados Unidos do início da década de 1950, surgiram as primeiras pesquisas empíricas sobre os emissores e as influências no conteúdo jornalístico. Um desses autores foi David White, que traçou uma analogia entre jornalistas e “porteiros” ou “vigias de notícias”, aos quais caberia selecionar as notícias que chegariam ao conhecimento dos leitores.

O psicólogo social Kurt Lewin iria mais adiante ao afirmar que, no percurso da notícia pelos canais de comunicação, elas atravessam uma série de *gates* (para os fins deste artigo, o termo será traduzido por “portal” ou “filtros”) e que, em certas instâncias, esses portais funcionariam de forma imparcial ou dependeriam de grupos de poder ou indivíduos que filtrariam quais notícias publicar.³

A partir disso, White e outros passaram a estudar como os *gatekeepers* (os “guardiões dos portais”) influenciavam o conteúdo dos processos de produção jornalística; a impressão e a distribuição de informações; os controladores das notícias (jornalistas, editores, proprietários, incluindo-se aqui as diferentes matizes ideológicas sob as quais eles se posicionam); as imposições econômicas e financeiras do mercado jornalístico e publicitário e outros fatores – todos eles portais através dos quais a informação é permitida atravessar até chegar ao grande público.

De forma sintética, o *gatekeeping* fornece um referencial teórico adequado para a compreensão da produção jornalística tradicional, especialmente a da imprensa escrita.

Gatewatching

O surgimento da Internet influenciou de forma direta e significativa várias atividades humanas, como o jornalismo, a ponto de ser importante repensar suas etapas de produção e mesmo sua própria essência e razão de ser. Um dos pesquisadores que se propõe a isso é Axel Bruns, da Universidade de Queensland, na Austrália. Ao constatar que na Internet não há

³ SERRA oferece em seu artigo uma síntese de várias abordagens referentes à Sociologia do Jornalismo.

limites físicos para a publicação de notícias, além dos custos relativamente mais baixos que os da imprensa escrita, Bruns argumenta que o *gatekeeping* perde muito de sua força.

Em sua obra *Gatewatching: collaborative online news production*, Bruns propõe a teoria do *gatewatching* que, resumidamente, pode ser entendida como a observação dos portais de saída dos veículos de comunicação e a identificação de temas importantes assim que se tornam disponíveis.

Bruns afirma que, nessa nova mídia, alguns remanescentes do *gatekeeping* ainda podem permanecer, mas que a extensão pela qual essas características permanecem serve como uma distinção-chave entre modelos diferentes de jornalismo on-line (BRUNS, pág. 15). Para este autor, observando-se as características da produção de notícias na Internet,

Pode ser mais produtivo falar de “bibliotecários” do que de *gatekeepers* nesse estágio de input [na coleta de notícias]: enquanto o *gatekeeping* jornalístico seleciona informação com um claro objetivo de limitar a gama de material que passa através dos portais a fim de direcionar as necessidades de publicação dos veículos em que trabalham, os bibliotecários (que não são produtores de notícias nem editores) reúnem o mais amplo conhecimento possível de seus campos, a fim de pontuarem os usuários das bibliotecas na direção correta (ou seja, na direção mais adequada às suas necessidades), mas não conseguem nem tentam limitar o acesso dos usuários a todos os trabalhos contidos na biblioteca como um todo. (BRUNS, pág. 16).

Nesse sentido, Bruns afirma que os colaboradores dessas bibliotecas comunitárias

“empenham-se, portanto, em observar os portais de saída (*output gates*) de uma ampla variedade de editores tradicionais e não-tradicionais, tanto quanto possível, com o objetivo de utilizar essa informação como fonte em novas reportagens – isso faz com que seja mais apropriado referir-se ao trabalho deles como *gatewatching*”. (BRUNS, págs. 17-18).

Bruns também analisa o funcionamento e a produção jornalística de vários sites e blogs e os compara, reafirmando as distinções destes com relação ao *gatekeeping* e notando um caráter muito mais colaborativo, participativo e interativo dos atuantes no *gatewatching* em relação aos atores do *gatekeeping*, levando-o a considerar o *gatewatching* como uma forma de *jornalismo participativo* (*participatory journalism*). Ele, assim, cunha o termo *producers*, em que usuários de informações se confundem também com colaboradores, comentaristas e produtores do processo jornalístico.

De forma resumida, os pontos a se salientar na produção de *gatewatching* (e também suas distinções com relação ao *gatekeeping*) são os custos relativamente menores de produção, a possibilidade de um fazer mais participativo, a ausência de limites físicos para a divulgação de informações e a não dependência de receitas publicitárias para a sua manutenção.⁴

Função massiva e pós-massiva

Os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching* auxiliam ao distinguir especificidades na produção e fluxo de notícias. São, portanto, importantes na compreensão dos emissores dessas mídias pesquisadas. No entanto, outras abordagens paralelas abrigam similaridades com esses conceitos, mas focam seu interesse em alvos distintos. Dois outros conceitos ajudam a compor a ideia central deste trabalho: a função massiva e a pós-massiva.

Por função massiva:

Comprendemos um fluxo centralizado de informação, com o controle editorial do pólo de emissão, por grandes empresas em processo de competição entre si, já que são financiadas pela publicidade. Busca-se, para se manter as verbas publicitárias, sempre o hit, o sucesso de “massa”, que resultará em mais verbas publicitárias e maior lucro. As mídias de função de massa são centradas, na maioria dos casos, em um território geográfico nacional ou local. As mídias e as funções massivas têm o seu (importante) papel social e político na formação do público e da opinião pública da modernidade. As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir. Não há estrutura organizacional nas massas, tampouco tradição, regras. (LEMOS, 124)

As referências ao *gatekeeping* são claras. Mas, como apontado anteriormente, o foco de Lemos mira o receptor da informação, ao situá-lo dentro de um universo amplo de indivíduos, indistintos, homogêneos, com pouca ou nenhuma possibilidade de interação, quase que passivos em relação às informações que recebem.

O contraponto é a função pós-massiva, assim definida:

⁴ Para os fins deste artigo, não serão tratadas aqui as distinções de caráter semiótico e lingüísticos das informações veiculadas no *gatekeeping* e no *gatewatching*, embora seja clara a noção de que o suporte da informação altera a forma como esta é produzida e também sua leitura. Há ainda alguns comentários com relação a até que ponto uma informação divulgado pelo *gatewatching* é realmente uma produção jornalística, visto sob os moldes tradicionais, tema este que não será tratado no momento. Com relação a este ponto, leia-se a resenha de Marcelo Träsel, “Do *Gatewatcher* ao *Gatekeeper*”, disponível em <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/4268/4430>

As mídias de função pós-massiva, por sua vez, funcionam a partir de redes telemáticas em que qualquer um pode produzir informação, “liberando” o pólo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás. As funções pós-massivas não competem entre si por verbas publicitárias e não estão centradas sobre um território específico, mas virtualmente sobre o planeta. O produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bi-direcionáveis (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massiva agem não por *hits*, mas por “nichos” (*grifo deste autor*), criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “longa cauda”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos que são para poucos, mas que pela estrutura mesma da rede, se mantêm disponíveis. (LEMOS, 125.)

Aqui, por sua vez, são claras as referências ao *gatewatching*, mas, novamente, destaca-se o emissor, desta feita como um ator do processo de produção, ao mesmo tempo emissor e receptor. Além disso, é também importante salientar que de alguma forma se organizam por “nichos”, estabelecendo uma identidade comum de acordo com os interesses que partilham, criando, reforçando, reconfigurando e perenizando os valores de seus grupos e comunidades.

Esta característica (o surgimento de grupos sociais no *gatewatching*) também é apontada por Bruns, embora não seja seu principal interesse:

De fato, muitos e bem-sucedidos sites *gatewatcher* são também importantes centros comunitários on-line. Isso poderia levar a problemas de sites desenvolvendo uma forma de ‘pensamento grupal’ (*groupthink*), em que, longe de produzir notícias equilibradas e de múltiplas perspectivas, os relatos e opiniões que contradizem as visões estabelecidas pela maioria são rejeitadas ou suprimidas pelo consenso da comunidade. (BRUNS, 8.)

Independentemente dessa preocupação, é importante apontar aqui o caráter naturalmente agregador do *gatewatching*, em comparação ao caráter eminentemente massivo do *gatekeeping*, pontos que por si sós já levam as reflexões sobre a formação da opinião pública nesses dois âmbitos pesquisados.

Capacidades do *gatekeeping* e do *gatewatching*

A ideia de filtros pelos quais passa a notícia na produção jornalística do *gatekeeping* relaciona-se ainda ao que alguns pesquisadores denominam de “condicionantes”⁵, levando à noção de que a notícia, em vez de ser simplesmente encontrada ou descoberta, é, na verdade,

⁵ Um resumo dos fatores que condicionam a produção jornalística pode ser encontrado em “Relendo o Gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo” de Serra

produzida (SERRA). Além disso, há uma clara correlação entre como esses condicionantes, ou filtros, atuam e o que é debatido na esfera pública, como foi muito bem destacado por Habermas ao descrever a formação histórica da esfera pública burguesa e seus relacionamentos com a produção jornalística:

Mas não só os interesses econômicos privados passaram a ter maior peso: o jornal acaba entrando numa situação em que ele evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo de interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-la. A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que ela se comercializa. (HABERMAS, 217).

Isso elucidaria porque determinados temas, embora de relevância inquestionável, não encontram voz corrente na pauta de muitos jornais. Por exemplo, questiona-se com frequência por que muitos veículos da grande imprensa massiva não possuem uma editoria permanente de meio ambiente. Tal fato encontra ressonância na afirmação de Lemos de que a mídia massiva anseia por “hits”, fazendo destes seu principal produto comercial (devendo-se produzi-los na sua ausência). Em outras palavras, o *gatekeeping* se pauta por uma produção constante de informação comerciável, como condição necessária à sua continuidade, o que, por outro lado, acaba influenciando a visibilidade que dá a determinados temas e ao que é levado ao debate na esfera pública, limitando, ou filtrando, a representatividade de determinadas questões.

O *gatematching* segue uma lógica diversa. Nele, como visto, as características principais são a acessibilidade da notícia (em contraste com a seletividade do *gatekeeping*), seu caráter de produção participativa e agregadora. Essa mesma lógica do *gatematching* pode definir uma forma diferenciada de acesso à esfera pública de temas que, pelo *gatekeeping*, não ganhariam força o suficiente para tal. Antes de se pensar em uma rivalidade entre *gatekeeping* e *gatematching*, observa-se na verdade uma relação simbiótica entre esses dois processos pela qual ambos dependem, em graus e escalas variadas, um do outro.

Um exemplo pode ilustrar melhor este ponto. Certamente algumas informações possuem uma complexidade maior para serem coletadas, apuradas e analisadas em relação a outras. Para efeito didático, seria possível agrupar essas informações em dois grupos: o de “raridades” (ou hits, na acepção de Lemos) e o de “cotidianas”.

As notícias do primeiro grupo requerem, via de regra, toda uma infra-estrutura característica do *gatekeeping* – o que pode ser entendido como suporte financeiro,

credenciamento, apoio logístico, entre outros –, para que de fato a notícia seja efetivamente elaborada. São, de certa forma, notícias caras, custosas, mas de importância para o debate na sociedade. O *gatewatching*, por sua própria lógica de produção, não consegue produzir esse tipo de fato. Ele não vai necessariamente atrás de “raridades”, como o faz o *gatekeeping*. Sua força está justamente em focar o fato novo que se torna “cotidiano”, aumentando ou não sua visibilidade, quer seja pela sua instantaneidade na divulgação, pelo seu poder de repercussão (o que também é multiplicado pelos grupos sociais que se agregam ao redor de determinados temas) e por ter condições de reunir em um único espaço (mesmo que virtual) opiniões, considerações e análises diversas sobre o mesmo tema.

Assim, um caso de ampla repercussão nacional, como o do trágico incidente que envolveu a família Nardoni, teve suas primeiras informações oficiais averiguadas e produzidas pelos recursos do *gatekeeping*, muito embora inúmeras opiniões, debates, comentários e análises tivessem sido gerados por ferramentas de *gatewatching*, em sites de notícias, de relacionamentos e blogs, o que por sua vez reforçaram o interesse de editores e produtores de manter o episódio no *gatekeeping* até o ponto em que estes mesmos atores, seja por intuição ou por qualquer outra forma de aferição, acabam por considerar os debates em torno do caso um fato como “cotidianos” demais, e então optam por ir atrás ou produzir outros hits, outras “raridades”.

Neste ponto, é possível se identificar algumas capacidades: os recursos, principalmente financeiros, do *gatekeeping*, o tornam mais adequado a produzir notícias, criar o fato novo e transportá-lo para o alcance da esfera pública (por exemplo, na averiguação de uma denúncia). Mas o *gatewatching*, pelo seu poder de repercussão e análise, cria condições de reconfigurar a visibilidade do fato, aumentando-a ou mesmo anulando-a. Há, portanto, uma espécie de simbiose. Ambos, *gatekeeping* e *gatewatching* utilizam-se das capacitações um do outro, reforçando-se, retroalimentando-se e, assim, reconfigurando-se mutuamente.

Questões sobre a esfera pública

As imbricações entre o jornalismo tradicional e a esfera pública já foram muito bem analisadas por diversos autores. Mas como pensar uma esfera pública à luz de uma nova forma de produção jornalística que reconfigura e redimensiona a forma tradicional?

Neste novo cenário, a notícia pode ser criada, tornada visível e ser debatida pelas formas de *gatekeeping*, mas também pode, de certa forma, ser direcionada, podendo ou não

ser recriada, pelos instrumentos de *gatewatching*. Neste sentido, o *gatewatching* atuaria como uma espécie de condicionante externo à produção do *gatekeeping*, muitas vezes com força recriadora a *posteriori*.

Gatekeeping e *gatewatching* encontram-se nesse novo jogo de forças. Eles são até certo ponto antagônicos: enquanto uma prima pela unilateralidade do discurso, pela massificação, outro observa a multilateralidade, mas também a personificação. O primeiro depende de processos relativamente lentos de produção industrial, outro é ágil, mas de produção às vezes artesanal. Mas um não é o mesmo diante do outro. E um se reforça pelo outro. Nisso, é preciso identificar uma nova síntese e, por conseguinte, uma nova forma de se pensar a esfera pública.

Neste sentido, uma das leituras possíveis é que as mídias de produção pós-massiva sejam consideradas sob a ótica da esfera social apontada por Habermas na composição da esfera pública burguesa. Se para Habermas houve uma fragmentação das funções da unidade familiar no surgimento da burguesia face ao surgimento de novas relações de produção capitalista (o que ele conceituou como uma “polarização da esfera social e da esfera íntima”), a pós-modernidade apontou para a fragmentação do indivíduo, levando-o a uma busca por uma identidade perdida. As mídias de produção pós-massiva e a cibercultura vieram a se inserir neste contexto, fornecendo um *locus*, um *ethos* e instrumentos para que essa busca identitária se manifestasse pelos grupos de interesse. É, portanto, natural então que esses grupos de interesse queiram dar voz a seus anseios, expressando suas visões e ideologias.

Essa cultura pós-moderna de personalização/personificação, de identificação, de comunitarização, além de juntar-se, mesclar-se e moldar-se à cultura de massa dos processos industriais, permite em seu esteio a escolha pela informação individualizada, personificada. É possível falar-se então da personalização, pelos indivíduos, dos temas que eles pretendem que sejam debatidos na esfera pública. É como se cada qual, face a uma imensa complexidade de temas a serem debatidos pela sociedade, diante do risco de permanecerem totalmente anônimos, sem voz e massificados, e beneficiados por uma ampla gama de mídias pós-massivas relativamente acessíveis, escolhessem quais temas de seu interesse (e, por conseguinte, quais temas deliberadamente se alienar) e unissem suas forças em comunidades e grupos.

Se na modernidade era possível pensar o indivíduo como de saber universal, erudito, cômico dos problemas de seu mundo, na pós-modernidade o indivíduo fragmentado é incapacitado de estar plenamente ciente de todas as questões de interesse mundial,

fragmentado justamente pela sua incapacidade de se totalizar, de ser um, diante de um mundo cada vez mais complexo e imenso, repleto de informações. A solução que este indivíduo encontra nessa situação é refugiar-se em seu nicho, em sua comunidade, onde consegue ter um mínimo de identificação pessoal e voltar a se sentir minimamente humano, postando-se não mais exatamente como um cidadão da *urbe*, mas como um representante de seu nicho.

Propõe-se aqui então uma outra reconfiguração da esfera pública com o incremento de uma nova instância, o qual poderia ser denominada de “esfera de grupos sociais”, remontando à esfera social habermasiana. A esfera de grupos sociais surge então no esteio da busca pela identificação social e por um sentimento comunitário e de pertencimento. Mas ela anseia por se fazer falar.

Tem-se aqui, então, uma nova questão quanto à formação da visibilidade e seus relacionamentos com o poder. Muitos outros autores já trataram desse tema, como por exemplo Foucault e seu exemplo do Panóptico, apresentado na obra *Vigiar a punir*. Mas o que se levanta aqui é como o *gatekeeping* se apropria da visibilidade criada pelo *gatewatching* para compor a esfera pública.

Já há alguns anos autores observam que ocorre uma remediação nas mídias, umas remetendo-se às outras. (LEMOS, pág. 127.) Mas é um fato que cada vez mais deve ser levado em consideração na compreensão da moderna esfera pública.

Conclusões e perspectivas

É bem possível hoje que o acesso do indivíduo à esfera pública contemple cada vez mais novas mediações. Os passos necessários para que o cidadão do século XXI chegue à sua moderna ágora são cada vez maiores e mais distantes, devido principalmente à multiplicação das instâncias em uma sociedade complexa, burocratizada e difusamente estruturada.

Por mais que seja possível ir contra essa tendência, a sensação de que o indivíduo se aliena da esfera pública é maior. Se os meios de comunicação de massa, em seus primórdios, propiciaram uma forma de encurtar os caminhos à esfera pública, esses mesmos meios passaram a tratar cada indivíduo como isento de uma identidade, massificando sua opinião e esmaecendo sua voz. O século XXI vê surgir uma nova forma de exposição pública na qual, em grau mais ou menos intenso, o indivíduo escolhe seus temas de interesse e seus limites de representação social, por vezes deliberadamente. E uma das maneiras que encontra para isso é elegendo sua esfera de grupos sociais. E essa nova esfera que vai lhe dar assento para se fazer

ouvir numa assembléia virtual, multidimensional e atemporal das conexões virtuais. O *gatewatching* vai justamente contribuir para que isso se torne visível, entre outras formas, por suas interações com o *gatekeeping*.

Ao se falar em esfera pública, também é preciso se pensar em suas implicações políticas. Neste caso, como se reconfiguraria a esfera pública política levando-se em conta também essa esfera de grupos sociais agregadas pelo *gatewatching*?

Este artigo teve como objetivo identificar uma forma alternativa de análise para se pensar na constituição da moderna esfera pública política. Qual o papel que os novos meios de comunicação pós-massivas têm neste cenário serão objeto de investigações posteriores. De antemão, por esta forma alternativa de abordagem é possível análises sobre as possibilidades políticas dessas novas mídias pós-massivas, talvez até supor sua utilização deliberadamente política em algumas instâncias.

“O meio é a mensagem”, disse MacLuhan. Talvez ele esteja realmente certo.

Referências bibliográficas

BRUNS, AXEL. *Gatewatching — Collaborative online news production*. Nova York: Peter Lang Publishing, Inc., 2005, 2009.

HABERMAS, JURGEN. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LEMONS, ANDRÉ. “Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais”, in *Revista Matrizes*, nº 1, 2007.

SERRA, SONIA. “Relendo o ‘gatekeeper’: notas sobre condicionantes do jornalismo in <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2004/soniaserra2004.doc>

THOMPSON, JOHN B. “A nova visibilidade” in *Revista Matrizes*, nº 2, 2008.

TRÄSEL, MARCELO. “Do gatekeeper ao gatewatcher” in <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/viewPDFInterstitial/4268/4430>