



## Reformulações sobre o papel de Gatekeeper frente à curadoria da informação

Cristiano Vargas Dos Santos<sup>1</sup>  
Thais Helena Furtado (orientadora)<sup>2</sup>  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, RS

**Resumo:** O objetivo deste artigo é fazer uma reflexão teórica sobre a figura do *gatekeeper* das empresas de comunicação contemporâneas. Iniciamos com uma abordagem teórico-clássica sobre o surgimento dos “porteiros”, mas apontando dificuldades que a linha de pensamento vem sofrendo. Abordamos, em seguida, o conceito de *gatewatcher*, compreendido como um organizador e direcionador dos materiais encontrados na rede. Ao fim, tratamos da atual situação em que os jornalistas têm o desafio de catalisar o fluxo informativo chegado às redações. Com isso, tornado-se curadores, responsáveis por filtrar, selecionar, checar, editar e difundir as notícias.

**Palavras-chave:** Gatekeeper; Gatewatcher; Curadoria; Rotinas jornalísticas.

### 1. Gatekeeper: conceito clássico para compreender a triagem de notícias

David Manning White foi um dos primeiros teóricos a aplicar o conceito de *gatekeeper* ao jornalismo, por volta de 1950, em um artigo da revista *Journalism Quarterly*. O termo, cunhado pelo psicólogo social Kurt Lewin, refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de escolhas (WHITE, 1999). Nesse processo, o fluxo de notícias passa por diversos *gates* (portões) em que o *gatekeeper* (porteiro) seleciona quais serão ou não publicadas. Como observa White, esse método de seleção é subjetivo e

---

<sup>1</sup> Estudante de jornalismo, oitavo semestre do curso. Profissional da comunicação desde 2012. Email: cristiano.vargas@ymail.com

<sup>2</sup> Docente da Unisinos. Orientadora do trabalho. Email: thaisf@unisinos.br

arbitrário, dependente de juízo de valor e baseado nas experiências, atitudes e expectativas do jornalista.

A análise de White recai sobre a figura de um editor telegráfico de um jornal matutino norte-americano, responsável por receber telégrafos de agências noticiosas nacionais e internacionais – o “Mr. Gate”. Ele é o último portão antes de as notícias ganharem as páginas do periódico. Para o autor (WHITE, 1999, p.143), é o *gatekeeper* mais importante, pois, se ele rejeitar uma informação, “o trabalho de todos aqueles que o procederam, relatando-o e transmitindo-o, fica reduzido a zero”. Traquina (2005, p. 150) complementa essa ideia ao dizer que “se a decisão for positiva, a notícia acaba de passar pelo ‘portão’; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua ‘morte’, porque a notícia não será publicada [...]”.

A partir desse estudo, Wolf (2002) esclarece ser possível perceber onde é exercida a ação do “filtro”, evidenciando o papel do *gatekeeper* no processo informativo a partir de critérios institucionais. Em consonância com essa ideia, o autor entende que o desenvolvimento das notícias nos meios de comunicação deveria atender às deliberações das “cancelas”, que faziam com que as informações fossem aceitas ou não.

Complementando os ensinamentos de White, Alsina (2009, p. 214) salienta que o “*gatekeeper* tem sido traduzido de muitas formas: porteiro, guarda-cancela, guarda-barreira”. Uma tradução mais justa, na opinião dele, seria “selecionador”, pois “se ajusta muito mais à função comunicativa que ilustra”. No entanto, para Alsina, a teoria de *gatekeeper* analisa as notícias a partir de quem as produz, ou seja, o jornalista. Dessa forma, individualiza uma função de dimensões burocráticas e empresariais e ignora a cultura organizacional jornalística.

A triagem também recai sobre os diferentes estilos e posicionamentos das culturas jornalísticas em cada veículo. Souza (2002) ressalta que o processo de tomada de decisão, ou, em suas palavras “*decision making*”, do ponto de vista específico do *gatekeeping*, pode ser compreendido como um método de seleção binário, consistindo na aplicação de uma série de regras para decidir se uma mensagem passa ou não pelos portões. Outra questão capaz de afetar o processo de decisões é o tempo.

As rotinas jornalísticas acabam por tornar as notícias semelhantes nos diversos meios de comunicação social. “Esta semelhança”, como argumenta Souza (2002, p. 52), “poderá dar ao jornalista a sensação de que, se todos fazem igual a ele, é porque a forma como faz as coisas é a ‘correta’”. No entanto, acaba por gerar uma homogeneização nas produções informativas que circulam. Neste caso, a seleção do *gatekeeper* de diferentes veículos tenderá para a uniformidade.

Com a expansão da internet e a massificação do uso de plataformas de interatividade entre indivíduos e veículos, o processo de triagem das informações sofreu alterações nos jornais, principalmente a partir dos anos 2000. Essensfelder (2014) aponta a figura do editor e não do repórter na escolha das informações a serem utilizadas. Para ele, o profissional passa de zelador a curador da informação.

Essensfelder (2014) reforça que a tradição empresarial se sobrepõe em relação à cultura profissional ou individual do jornalista. Inserido em uma rotina de produção, o jornalista é instruído a pensar que notícia é o que vende. O importante é buscar a audiência, derrubar os concorrentes e alcançar o topo do ranking na liderança do mercado. Refletindo sobre o ambiente em que o editor está mergulhado e nas decisões que precisa

tomar, Pereira Jr. (2006, p.14) destaca que “editar, enfim, é escolher. Ao fazer escolhas, o editor determina o valor de um fato”.

## 2. O Gatewatching emerge como nova realidade

Espaços e formas de comunicação entre os meios e a população existem há anos. No entanto, como ressalta Sousa (2011), a quantidade progressiva de canais surgidos pelas novas tecnologias tem possibilitado maior acesso aos meios. Um dos modos mais utilizados de contato com a redação era a correspondência. As cartas dependiam da preferência de um editor para ganhar as páginas do jornal em uma edição posterior ao envio. Sousa (2011, p.3) lembra que, com “a comunicação a partir das mídias sociais, os públicos interagem com os produtores em um nível nunca atingido por outro meio de comunicação”. Essa interação se dá em tempo real e de forma intensa. No jornalismo online, o *gatekeeping* passa a ser reconhecido como o *gatewatching*.

O jornalista, como um gatewatcher, 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 (SOUSA, 2011, p.3).

A cobertura jornalística ganhou uma concorrência antes inimaginável. A audiência dos próprios veículos de comunicação tem sido ágil na divulgação de informações, em alguns casos, superando os próprios meios de comunicação. O tradicional modelo de *gatekeeping* entra em xeque e aponta para um estreitamento da relação colaborativa entre jornalistas e consumidores da informação. A consequência é “a mudança correspondente na direção de *gatewatching*” (BRUNS, 2011, p.120).

[...] estes esforços coletivos podem resultar em formas de cobertura noticiosa que são tão abrangentes como aquelas conseguidas pela indústria jornalística. A lógica destes esforços colaborativos e distribuídos não é mais da produção das notícias, mas de *produsage*, como também ocorre em projetos tão diversos como a *Wikipedia* e o desenvolvimento de fontes abertas (BRUNS, 2011, p.7).

Os profissionais se veem ocupados em selecionar os materiais encontrados no ambiente online, garimpando conteúdos que contenham valor-notícia espalhados por milhares de canais. Bruns (2011, p.8) defende que, nesta nova realidade, “se pode tratar uma faixa muito mais ampla de temas, e se pode destacar um número muito maior de matérias com valor potencial como notícias”.

Os comentários de diferentes perfis sobre determinados assuntos em redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, complementam a cobertura de eventos noticiosos imprevistos. Os próprios adeptos dessas ferramentas ajudam com o compartilhamento das informações, comentando e avaliando materiais que acreditam ser importantes. Bruns (2011, p.15) destaca que o resultado dessa curadoria colaborativa das notícias é “um fluxo regular de atualizações e informações que evolui na medida em que a compreensão compartilhada do próprio evento se desenvolve”.

[...] os espaços da mídia social podem ser utilizados como uma maneira pronta, sempre ligada, de utilizar fontes múltiplas de informações: de avaliar as reações instantâneas às matérias emergentes, de achar fontes de materiais adicionais ao utilizar as práticas colaborativas da *curation* das notícias ocorrendo lá, e até de identificar vozes relevantes de comentários inteligentes referentes a temas específicos (BRUNS, 2011, p.18).

Os pontos arguidos por Bruns (2011) sobre as transformações jornalísticas causadas pelos ambientes digitais também são destacados por Primo (2011). Contudo, o autor reforça que as redes sociais não tiraram dos meios de comunicação a função de *gatekeeper*, mas que todo o sistema de triagem se complexificou, fazendo surgir formas dinâmicas, flexíveis e variadas de executá-lo. Para Primo (2011, pg. 134), “quanto maior a rede de colaboradores, melhor o resultado jornalístico”.

O modelo de seleção de materiais a cobrir e publicar nos veículos de comunicação – característico da teoria de *gatekeeping* – foi superado com o surgimento e consolidação das redes sociais dos canais da *web 2.0*. O antigo preceito fazia sentido em um universo comunicacional dominado por poucas empresas noticiosas, centralizadoras das transmissões e dos fluxos informativos, como vimos no exemplo do Mr. Gate. Primo (2011, p.134) defende que “em um cenário de abundância de informações e canais de expressão as pessoas passam a participar da filtragem do que interessa a suas comunidades de interesse”. Os materiais também são oferecidos pelos produtores em plataformas da *web* e acabam repassados a outros indivíduos conectados à rede.

### **3. O jornalista processa o fluxo informativo e o transforma em notícia**

Nesse novo cenário, surge o conceito de curadoria como ferramenta para encaminhar os conteúdos mais adequados aos desejos e necessidades de cada tipo de consumidor. A área de pesquisa a respeito da curadoria no campo da informação ainda é recente e nos mostra que este segmento é marcado pela era da informação e do conhecimento. Assim como no campo das Artes e do Direito, a Comunicação entende a figura dos curadores como responsáveis por filtrar, selecionar, editar e difundir, no caso, as notícias. O exercício da curadoria implica em “referenciar a prática do jornalismo a questões como a complexidade e a diferenciação entre dado, informação e conhecimento” (CASTILHO; COELHO, 2014, p.307). Os acontecimentos e eventos – os dados – tornam-se informação a partir do momento que ganham sentidos dentro do contexto em que vivem os receptores. A transformação disso em conhecimento ocorre quando a notícia instiga os indivíduos à tomada de decisões ou posicionamento.

Os conceitos de noticiabilidade mudam com a curadoria. A atualidade, por exemplo, não é tão importante quanto o interesse particular do usuário – ignorado na produção em massa. No jornalismo convencional, a escolha dos conteúdos recebidos pelo público ocorre através de um porteiro selecionador, o *gatekeeper*. O esquema hierárquico, centralizado e unidirecional é desestruturado com a curadoria, que busca a “interatividade descentralizada e horizontal” (CASTILHO; COELHO, 2014, p.308). As notícias selecionadas pela curadoria focam no *gatematching* – em que há a busca por fontes e diversificação de opções informativas oferecidas ao público, como visto anteriormente.

O referencial teórico clássico pouco ou quase nada nos diz sobre as práticas jornalísticas atuais, remodeladas sob o prisma das tecnologias digitais e dos novos conceitos emergentes delas. É um “processo altamente normatizado, preocupado com a isenção e voltado para o desenvolvimento de um produto comercializável, numa troca de atenção do leitor por espaços publicitários pagos” (CASTILHO; COELHO, 2014, p.309). Contudo, os curadores atuam de forma distinta, buscando as interações como forma de agregar valor às notícias, gerando um maior conhecimento sobre as características, demandas e aspirações dos participantes.

O processamento da avalanche informativa se tornou indispensável para que possamos fazer uso dos conteúdos e informações lançadas na *web*. Castilho e Coelho (2014, p.310) lembram que “o desenvolvimento dos algoritmos de seleção, filtragem, agregação de valor e disseminação de dados” foi importante para a curadoria de notícias digitais. A presença de um balizador de informações se faz necessária frente ao crescimento de dados espalhados pela rede.

A avalanche informativa não é um evento passageiro na transição para um modelo comunicacional majoritariamente digital. Ela é um fenômeno estrutural na medida em que a telemática e o uso de processadores microeletrônicos se tornaram o elemento central no novo modelo de produção econômica global baseada na digitalização (CASTILHO; COELHO, 2014, p.311).

É papel da curadoria peneirar essa massa em expansão e agregar valor ao material selecionado, recombinao “dados e informações capazes de produzir conhecimentos mais adequados aos desejos e necessidades deste mesmo indivíduo” (CASTILHO; COELHO, 2014, p.312). Ao fazer isto, propicia ao jornalismo a geração de sentidos, antes ignorado pelas grandes corporações da indústria da comunicação, preocupadas com o valor de troca das notícias como produto.

#### **4. Curadoria para gerenciar as informações circulantes na rede**

Amaral (2012) explica que a palavra “tutor” vem do latim e significa pessoa responsável por administrar algo. O curador pode ser caracterizado, ainda, como um vigia, zelador ou um especialista incumbido de defender alguém ausente perante a justiça. A autora ressalta a importância de contextualizar o termo na cultura contemporânea, com a ampliação da ação de curadoria de informação nas redes digitais.

Terra (2012) denomina como “usuário-mídia” aqueles indivíduos imersos na cibercultura e apropriados de tecnologia para a produção e circulação de materiais. Esses são, na visão dela, verdadeiros canais de mídia, responsáveis por gerenciar e compartilhar conteúdos na sua rede pessoal. Independente se eles apenas comentam, compartilham ou, de fato, criam, todos são vistos como usuários ativos da internet. Embora nem toda a publicação online tenha valor informativo, Terra (2012) confia que esses personagens, apropriados de ferramentas e canais colaborativos e inseridos em culturas participativas, são responsáveis por interferir na comunicação e também nas estratégias dos conglomerados.

Aqui se delinea um contraponto à cultura do controle: nesta mídia – web – o usuário tem total condição de produzir seu próprio conteúdo ou escolher as

fontes que quer para se informar, entreter ou interagir. E tais fontes não necessariamente estão a serviço dos meios de comunicação tradicionais, podendo ser blogs, microblogs ou comunidades inteiramente lideradas por outros usuários comuns. As organizações perdem, portanto, a primazia do controle da informação, passando a dividi-lo com internautas e outros entes (TERRA, 2012, p.59).

O crescente número de produção de informações em todo o planeta abunda nas comunidades com inúmeros relatos sobre acontecimentos. Terra (2012, p.61) argumenta que o momento “é mais um desafio trazido pela sociedade da informação, pela fartura de dados e pelo excesso de conteúdo disponível na rede”.

A curadoria desponta como solução para o gerenciamento das informações circulantes no universo informacional da rede, conforme Corrêa e Bertocchi (2012, p.23). Cabe ao comunicador assumir “papéis de seleção, filtragem, agregação e, mais importante, remediação de conteúdos para partilha em rede [...]”.

O conceito de curadoria está associado às incertezas ontológicas desencadeadas por este novo cenário. O termo traz relação com a ação de curar, zelar, fazer vigia por algo ou algumas coisas. Está vinculado ao campo das artes e museus: curadoria de exposições, por exemplo. A argumentação de Corrêa e Bertocchi (2012), ao explicar a aproximação do conceito à ação humana em qualquer contexto social, reforça que curadoria também é representada pelas funções de filtragem, organização e apresentação de qualquer coisa seguindo critérios ligados ao sujeito curador.

O termo curadoria da informação, dado a diversidade de ligações semânticas, pode ser encontrado, inclusive, como “curadoria de conteúdo, cuidador de informação, filtrador, curadoria digital, editorial, social, jornalística, educativa, do conhecimento, do consumidor, de comunidades, entre outros” (CORRÊA e BERTOCCHI, 2012, p.29). Em todos os significados, há a presença humana no ato de selecionar, organizar e apresentar, tal como faziam os gatekeepers à época da criação desta teoria.

As autoras reforçam que existem duas vertentes de ação para o curador. Uma trata da re-mediação, responsável por acrescentar valor pessoal à informação trabalhada. A outra é a de design de relações, na qual estabelece a difusão do material re-mediado. É importante ressaltar que nem todo curador pode ser encarado como um comunicador no ambiente digital. Pela própria natureza, o campo da comunicação se caracteriza como o mais fértil para as atividades de curadoras da informação.

No campo da comunicação digital, entendemos que o curador da informação assume um papel mais assertivo ao combinar competências de re-mediação, agregação de audiências, mineração de dados, inteligência distribuída, agenciamentos e adição de valor visando o exercício da ação comunicativa que, em última instância, objetiva a fixação e disseminação de mensagens, e a respectiva obtenção de valor como retorno. Aqui falamos de uma complexidade de relações para gerenciar e ações para tomar dentro de um sistema de comunicação que se propõe a uma dada capacidade expressiva e de criação de significados (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012, p.34).

É de se esperar que os comunicadores-curadores consigam ter a sensibilidade de inserção nos ambientes tecnológicos das redes sociais, dialogando de perto e compreendendo, de forma social e humana, o comportamento e as demandas da sociedade. Corrêa

e Bertocchi (2012, p.37) garantem que é “uma dinâmica de mediação/re-mediação contínua entre públicos, fontes, sistemas, ferramentas e sociabilidades”.

A curadoria pode ser entendida a partir de três modelos estruturados defendidos por Beiguelman (2011, p.1): o curador como filtrador, em que o indivíduo cria links a partir de questões individuais – “eu sou o que eu linko”; o curador como agenciador, em que o agenciamento acontece pela forma como o sujeito contextualiza os links – “as coisas são como eu as linko”; e, a curadoria como plataforma, em que há os reflexos daquilo que é compartilhado com a minha audiência – “as coisas são como você linka”.

Os exemplos apontados por Beiguelman são complementados por Amaral (2012, p.46), que apresenta o curador como um crítico. A análise reforça uma curadoria crítica, praticada em ambiente online, sobre variados temas – desde seriados até política. “Nesses casos, a curadoria, além de selecionar e compartilhar os dados, ainda os subverte para um comentário ou crítica”, reforça a autora.

A curadoria de informações é contextualizada por Beiguelman (2013) na realidade de vida dos novos leitores nômades. Acostumados a absorver conteúdo pelas telas líquidas de telefones ou *tablets*, eles se tornaram críticos e não aceitam apenas o papel de consumidores, mas, agora, também participam da cura, triando o que necessitam e consumindo quando desejar. Este cenário é diferente daquele apresentado por White, em que o público era puramente receptivo e, por tanto, não interativo.

Beiguelman (2013, p.48) alerta que para “se ter uma noção da produção de conteúdo na atualidade é preciso levar em conta outros formatos de comunicação” que vão além do texto. Redes sociais como *Flickr*, *Youtube*, *Instagram* e *Facebook* são responsáveis por bilhões de fotos e vídeos – em grande maioria conteúdo amador, sem finalidade específica ou produções arranjadas. Estes materiais são submetidos a curtidas e comentários na rede, de acordo com a avaliação dos filtros pessoais.

Mediados pelos recursos da web 2.0 (redes e softwares sociais, como Facebook e blogs), desafiam-nos a dialogar a um só tempo com um novo leitor/interator nômade, que vê com as mãos, pensa com o corpo e tem sua atenção distribuída entre diversas plataformas. O compartilhamento, nesse contexto, ocupa lugar central, demandando novas interfaces adequadas à experiência da leitura socializada, além das margens estáticas da página impressa e em sintonia com a cultura de rede (BEIGUELM, 2013, p.50-51).

A partir disso, podemos acreditar que os espaços na internet tenham se fragmentado em nichos, alimentados e consumidos pelos usuários de internet, conforme as formas como compartilham os materiais com os demais. Silva (2012, p.78) defende que não se trata apenas de “reunir conteúdo em torno de uma mesma temática, processo ou acontecimento, mas também selecionar este conteúdo”. Cabe ao curador, dentro do universo digital, escolher subjetivamente o que melhor lhe agrada dentro da constelação do fluxo informativo.

Projetos computacionais, linguísticos e comunicacionais são responsáveis por programar buscadores baseados em algoritmos curadores, que definem quais informações serão recuperadas. Contudo, as máquinas ainda embaralham os dados nos resultados das pesquisas, nos significados dos termos solicitados. No argumento de Corrêa e Bertocchi (2012, p.127), faltam-lhes ontologias – responsáveis por formar “relações semânticas entre os termos”. Ou seja, o fortalecimento da *Web Semântica* (WS) no âm-

bito comunicacional. Vários sites de empresas online e também redes sociais se apropriam de soluções algorítmicas para tratar com a diversidade informativa. O algoritmo defendido por Corrêa e Bertocchi (2012) como parte da comunicação digital faz a triagem dos conteúdos potencialmente interessantes ou não para os indivíduos, de acordo com um modelo de informações previamente organizado pelo usuário do algoritmo.

A maior barreira da WS, para Laurentiz (2010, p.17), está justamente na criação de ontologias. É necessário um esquema metodológico e técnicas automáticas para a construção de conhecimento a partir de “textos, dados estruturas e semiestruturados, esquemas relacionais e outras bases de conhecimento”.

Corrêa e Bertocchi (2012) salientam que, apesar de experimentos de veículos de comunicação ou das plataformas curadas por algoritmos, o jornalismo prevalece como prática indispensável à sociedade. As autoras citam dois motivos: os robôs não sabem interagir de forma natural e não conseguem construir laços afetivos com humanos. A automação de conteúdos também está despreparada para a formação da opinião coletiva, nos mostrando o que desejamos ver e não o que seria necessário que víssemos.

Refletindo sobre esta situação, Pariser (2011, apud CORRÊA; BERTOCCHI, 2011) argumenta que estamos presenciando a substituição dos jornalistas *gatekeepers* por algoritmos. A preocupação recai sobre o fato de que os algoritmos são desprovidos de códigos de ética, ao contrário dos profissionais humanos. Mas é esse sistema computacional que decidirá o que assistiremos, leremos, ouviremos e, de forma geral, nos alimentará informacionalmente, seguindo nossas predileções pessoais, mas em desacordo com o que é relevante à sociedade e o que nos mantém integrados a ela.

A participação do elemento humano no processo de modelagem do algoritmo é uma necessidade. Cabe ao “jornalista-curador” (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012) a passagem das informações disponíveis pelos algoritmos, refinando-a no percurso de sua vida útil. O curador de conteúdos tem o papel de humanizar os processos digitais de distribuição informativa, tornando interessante e convidativo os assuntos que os usuários nem imaginariam existir.

O papel do profissional da comunicação se faz essencial para estabelecer o contato entre a informação e a sociedade. Corrêa e Bertocchi (2012, p.139) salientam que a curadoria no jornalismo é parte das funções “de quem assume papéis de re-mediação na sociedade, seja um ativista, um blogueiro, um pesquisador, um jornalista ou um comunicador”. As autoras reforçam que a curadoria especializada contribui para a diversificação de conteúdos em espaços digitais, eliminando assuntos genéricos, presentes, inclusive, em sites de meios de comunicação tradicionais.

Os desafios advindos do tsunami informacional também preocupam Marcondes Filho (2009, p.129). A cobertura dos eventos ganhou amplitude e diversificação com o emaranhado de dados produzidos por diferentes pessoas. A população “tornou-se alimentadora regular da internet”. A imensa disposição de conteúdo, conforme explica o autor, levou a crer que o jornalista seria um profissional descartável, uma vez que todo cidadão, com o mínimo de tecnologia necessária, conseguiria pesquisar, selecionar e consumir na *web* aquilo que achasse pertinente.

De outro lado, a análise sobre o futuro dos comunicadores defende que eles teriam o papel de “técnicos em documentação” (MARCONDES FILHO, 2009, p.130). Seriam, na verdade, espécies de curadores, responsáveis por procurar, analisar e sintetizar grandes volumes de dados para atender a uma demanda particular do leitor. Contudo,



conforme Marcondes Filho, em ambos os casos, anulam-se a figura do jornalista como responsável por observar, criticar e oferecer certa “opinião abalizada” dos acontecimentos. Muitas dúvidas afloram no quadro contemporâneo em que o jornalismo está buscando se consolidar: o ritmo acelerado de produção de notícias; o manancial informativo na rede; a credibilidade do noticiário online; as condições de o público ser, por si próprio, um centrifugador das informações que recebe.

## Considerações finais

Percebemos que, a partir da multiplicação dos canais de relação entre indivíduos e jornais, há reformulações nos critérios de seleção aos conteúdos enviados às redações. O grau de complexidade para a função do *gatekeeper* tem aumentado graças à ampliação do acesso às redes de internet. Todo e qualquer cidadão se tornou um potencial produtor de conteúdo. Basta ter em mãos um smartphone, tablet, notebook ou qualquer aparelho que permita registrar um acontecimento ou acompanhar algum evento. Em instantes, aquele conteúdo viraliza-se pelas redes digitais.

Nestes novos processos de triagem, o jornalista assume a posição de curador do manancial informativo que chega em grandes quantidades à redação. Em razão do ilimitado espaço da internet, o profissional ganhou a possibilidade de aproveitar um número maior de materiais, sendo, inclusive, mais flexível na decisão de utilizar ou não determinada matéria – sendo um *gatewatcher*, como vimos. As funções de filtrar, organizar e distribuir conteúdo ainda segue os critérios ligados ao sujeito, seja ele compreendido *gatekeeper*, *gatewatcher* ou curador.

Apesar da abundância quantitativa no envio de fotos, textos e outros arquivos aos meios de comunicação, não existem garantias em relação ao valor qualitativo desses mesmos materiais. Ou seja, temos mais canais, mais pessoas contribuindo, mas, com baixo valor-notícia, sem contar que se perdem, nesta proporção, as referências em torno da veracidade e credibilidade das informações. Independente do momento histórico, o profissional responsável pela triagem dos materiais remetidos ao veículo deve agir de forma inteligente para selecionar, produzir e distribuir a informação em consonância àquilo que a população precisa ter conhecimento.

## Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AMARAL, Adriana. Curadoria de informação e conteúdo na web: uma abordagem cultural. In: CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012, p.41-50.

BORNEUF, Roland; OUELLET, Réal. **O universo do romance**. Coimbra: Almedina, 1976.

BEIGUELMAN, Gisele. **Curadoria de informação**. Palestra, USP, 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/gbeiguelman/curadoria-informacao>>. Acessado em 30 de julho de 2015.

BEIGUELM, Giselle. **De leitor a curador de informação**: rumo à leitura social. Concinnitas, 2013, volume 1, número 20, junho. Disponível em: < <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/view/12958/10007>>. Acessado em 30 de julho de 2015.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real**: novos desafios para o jornalismo. In: BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH, Volume 7, Número II, 2011, p. 119-140. Disponível em: < <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315>>. Acessado em 27 de julho de 2015.

CASTILHO, Carlos; COELHO, Christianne Reinish. **Curadoria de notícias e jornalismo na produção de conhecimento**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. 11, nº 1, Florianópolis: 2014, p.305-313. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p305/27194>>. Acessado em: 25/05/2015.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador – o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. In: CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012, p.22-40.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. **A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria**. São Paulo: Matrizes, ano 5 – nº 2 janeiro-junho 2012, p.123-144.

ESSENFELDER, Renato. **O Editor de Jornal na Era da Internet: De Gatekeeper a Curador**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu (PR). Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2266-1.pdf>>. Acessado em 10 de junho de 2015.

LAURENTIZ, Sílvia. **Tags e metatags? De Ted Nelson a Tim Berners-Lee**. Porto Alegre: Revista Porto Arte, 2010, p.17-28.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.

PRIMO, Alex. **Transformações no jornalismo em rede**: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.

SILVA, Tarcízio. Curadoria, Mídias Sociais e Redes Profissionais: Reflexões sobre a prática. In: CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012, p.73-84.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos: 2002.

SOUSA, Marcelo Igor de. **Da Teoria do Espelho ao Jornalismo em Mídias Sociais** – Alterações no fluxo informacional e a prática jornalística. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 13., 2011, Cuiabá (MT). Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2011/resumos/R27-0298-1.pdf>>. Acessado em: 10/06/2015.

TERRA, Carolina Frazon. Usuário-mídia: o curador das mídias sociais? In: CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012, p.51-72.

PARISER, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Publisher: Penguin Press HC, 2011. Kindle Edition. Apud CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. **A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria**. São Paulo: Matrizes, ano 5 – nº 2 janeiro-junho 2012, p.123-144.

WHITE, David Manning. O gatekeeper: Uma análise de caso na selecção das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo Volume II** – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.