

Produção de Notícias e Mídias Digitais: Impacto dos Usuários do X no Jornalismo¹

Deivid Mota SANTANA²
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

As responsabilidades do jornalista na internet vão além do reconhecimento de sua atividade nas redes sociais digitais. No contexto da nova realidade sociodigital, conceitos como *gatekeeping* e *gatewatching* (Bruns, 2015) emergem, constituindo a base deste artigo. Assim, o objetivo do trabalho é elucidar como esses dois conceitos se conectam através do fenômeno das redes sociais digitais. Para isso, realiza-se uma pesquisa bibliográfica. Além disso, publicação do X, ex-Twitter, é utilizada na avaliação da interação entre jornalista e usuário, que participa ativamente na seleção de pautas e matérias (Zago, 2008). Desse modo, conclui-se que as mídias digitais podem ser a base para a produção de notícias, não necessariamente produzindo-as, mas abordando aspectos que podem ser noticiados (Barbosa; Carvalho, 2021).

Palavras-chave: Comunicação; Jornalismo; Mídias Digitais; *Newsmaking*; X

Introdução

Nos últimos anos, o Jornalismo passou por mudanças significativas em diversos países, incluindo o Brasil, especialmente devido aos avanços tecnológicos. Essas transformações impactaram a prática jornalística, criando um novo modelo de atuação. A qualidade do trabalho do jornalista depende de um equilíbrio em sua responsabilidade em relação ao cidadão e ao leitor. O mercado de trabalho atual exige que os jornalistas possuam um perfil adaptável e desenvolvam novas habilidades, devido ao ritmo mais acelerado e à participação crescente dos usuários (Junior; Antonioli, 2016).

O conceito de edição no Jornalismo também se transformou, com uma atualização constante, em que a apuração da notícia ocorre sem um fechamento definitivo. Assim, o tempo para pensar na produção jornalística se tornou cada vez mais limitado, com a relevância de um furo jornalístico sendo medida em segundos (Ramadan, 2013).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Teorias e Tecnologias da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC). Especialista em Liderança para Transformação Digital 4.0, pela Faculdade da Indústria. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: deividmota@hotmail.com

Dentre as abordagens para conceber o Jornalismo, o *newsmaking* se destaca ao enfatizar as rotinas de produção de notícias, incluindo a elaboração de pautas, a escolha de fontes, a apuração e a circulação da informação. Este paradigma envolve escolhas individuais e posicionamentos político-editoriais, ressaltando que a prática jornalística é intencional e depende da atuação do jornalista, considerado um *gatekeeper* da informação (Moretzsohn, 2002).

Manuel Carlos Chaparro (2007), doutor em Ciências da Comunicação e professor de Jornalismo, destaca que um editor ou repórter que falha em fornecer informações corretas por diversos motivos está prejudicando o compromisso fundamental de garantir o direito à informação a todos os indivíduos, o que é essencial para uma sociedade livre e bem-informada.

É importante destacar que diversos fatores influenciam a atuação do jornalista. Mauro Wolf (1994), ao discutir *newsmaking*, identifica que este envolve estudos sobre como a comunicação de massa é produzida e a organização do trabalho na construção das mensagens. Embora a criação de uma notícia esteja ligada aos interesses dos veículos de comunicação e do público, o jornalista é visto como um *gatewatching*³, o que indica que a notícia divulgada na grande imprensa carrega interesses subliminares.

A elaboração de notícias é um espaço de contestações. Tanto os jornalistas quanto os usuários das redes sociais digitais desempenham papéis fundamentais na construção da informação. Com o advento da internet, essa produção passou por mudanças significativas, alterando as mídias existentes (Barbosa; Carvalho, 2021).

Ademais, causou a fusão entre elas e o surgimento de plataformas de redes sociais digitais, como *Facebook*, *X*⁴ (ex-*Twitter*) e *Instagram*. Portanto, surge um novo personagem principal: o *gatewatching*. Este transformou as rotinas de criação de notícias no Jornalismo, que serão discutidas neste estudo.

³ O termo *gatewatching* surgiu no cenário da transformação tecnológica da internet e representa um novo padrão de escolha de notícias. O *gatewatching* é uma técnica de edição de material jornalístico em que o público tem um papel ativo na seleção e elaboração das notícias. O *gatewatching* difere do *gatekeeping*, responsável por selecionar o que deve ser ou não divulgado. No processo de *gatekeeping*, o “porteiro” da redação é encarregado de filtrar as notícias. O *gatewatching* é definido por um envolvimento ativo do público na criação e disseminação de informações, uma colaboração ágil e eficaz por meio de espaços de interação, uma alteração nas rotinas jornalísticas no ambiente on-line, um estreitamento da linha entre os produtores e os leitores da notícia (Bruns, 2015).

⁴ O *X* é uma rede social digital que possibilita aos usuários compartilhar mensagens breves, imagens, vídeos, *links* e outros tipos de conteúdo. Antes, a plataforma chamava-se *Twitter*. O *X* foi lançado em 2006 e, em 2022, foi comprado por Elon Musk, fundador da *Tesla* e da *SpaceX*. No mesmo ano, Musk alterou o nome da plataforma para *X*. Os usuários do *X* têm a capacidade de publicar conteúdos ao vivo, com um limite de até 280 caracteres por postagem. Para os assinantes, o limite é de 25 mil caracteres.

Diante disso, este artigo tem como objetivo investigar a influência de redes sociais digitais na produção de conteúdo jornalístico. O foco é analisar estratégias de consumo de conteúdo jornalístico nas mídias sociais e verificar notícias divulgadas nesse ambiente em termos de alcance e interação (Barbosa; Carvalho, 2021).

A pesquisa se propõe a responder à seguinte questão: como o *X* contribui para o engajamento e participação na produção de notícias on-line? Para isso, é conduzido um estudo qualitativo com base nas contribuições da literatura. Esta investigação permitiu uma melhor compreensão do compartilhamento de notícias no *X*, do comportamento dos usuários nas redes sociais digitais e da produção jornalística.

1. Produção de notícias: mudanças no Jornalismo do século XXI

O processo de criação de notícias oferece uma visão teórica abrangente sobre Jornalismo, focando não apenas na elaboração da notícia, mas também na rotina do jornalista. Essa perspectiva busca compreender aspectos fundamentais da produção de notícias, revelando características do profissional.

A pesquisadora Gaye Tuchman (1993) destaca a importância da objetividade no Jornalismo, que se apoia em elementos como verificação de informações, identificação de conflitos, exibição de eventos comprovantes, uso de aspas e organização da notícia. Contudo, a construção da notícia é repleta de contradições, onde a objetividade pode ser interpretada como um ritual dentro do jornalismo.

Assim, a ideia de objetividade, fundamentada em estratégias, ainda pode ser um esforço para realizar um Jornalismo que ainda se considera desinteressado. Neste cenário, o conceito de *gatewatching*, desenvolvido pelo pesquisador australiano Axel Bruns, surge em 2005. Bruns (2015), perito em mídias sociais, propõe que a metodologia empregada pelas teorias jornalísticas e pelos estudos de *gatekeeping* seja substituída pelo conceito de *gatewatching*.

Ainda para Bruns (2015), a forma clássica do *gatekeeping* é fruto do sistema de produção, distribuição e consumo de notícias que vigorava durante o auge da era da comunicação de massa. As práticas de *gatekeeping* eram meramente uma exigência prática: jornais impressos, noticiários de rádio e televisão nunca poderiam ir além de

uma seleção rigorosa das notícias do dia; era necessário avaliar quais assuntos eram mais relevantes para o conhecimento dos espectadores (Soster; Firmino, 2009).

Essas definições eram pertinentes durante a época em que o espaço para a criação e disseminação de informações era limitado. Atualmente, o conceito de *gatekeeping* foi incorporado às atividades de *gatewatching*. Conforme essa perspectiva, a internet transformou significativamente a forma como nos comunicamos socialmente. O papel do jornalista como *gatekeeper* foi modificado, uma vez que agora a audiência assume a responsabilidade de “curar” as informações. Bruns (2015) sustenta que o público, isto é, a audiência, desempenha um papel crucial na formação do conteúdo noticioso.

Em contrapartida, Adriana Barsotti (2014) argumenta que o processo de *gatekeeping* perdeu parte de sua força na *web*, mas não foi eliminado. Segundo ela, as plataformas demonstram como o *gatekeeping* ainda é praticado no âmbito da cultura profissional dos jornalistas, que selecionam valores-notícia para determinar o que se encaixa nos critérios de noticiabilidade. Nesse contexto, é importante mencionar os critérios de noticiabilidade abordados por pesquisadores que estudam a cultura dos jornalistas.

Mauro Wolf (1994) define a noticiabilidade como o conjunto de requisitos que eventos devem atender para se tornarem notícias, considerando tanto a estrutura dos meios de comunicação quanto o profissionalismo dos jornalistas. Embora existam critérios tradicionais de noticiabilidade, usuários de mídias digitais podem influenciar a escolha e a produção de pautas jornalísticas. Dessa forma, as redes sociais digitais podem impactar o Jornalismo na era digital (Junior; Antonioli, 2016).

2. Mídias digitais e Jornalismo Digital através da ótica do *gatewatching*

Os *sites* de redes sociais e o jornalismo na *web* podem ser compreendidos através da perspectiva do *gatewatching*, conforme destacado por Recuero (2009). Ela aponta que as redes sociais digitais têm características que facilitam a produção jornalística, ao servirem de fontes de informação, filtros de informação e espaços de repercussão. Nesse contexto, Bradshaw (2008) menciona que as redes sociais digitais têm desempenhado um papel importante na atuação como fontes de informação.

Essa dinâmica possibilita a participação de especialistas e de usuários comuns na criação de pautas informativas. A disseminação de informações pelas mídias digitais é considerada uma inovação valiosa, destacando o capital social dessas plataformas e beneficiando grupos e comunidades que dependem dessa interação. Assim, as redes sociais digitais podem promover mobilizações relevantes para o Jornalismo, influenciando a agenda e as pautas dos meios de comunicação (Recuero, 2009).

Figura 1 – *Print Screen* de notícia divulgada pelo *Jornal Hoje* no *X*



Fonte: Reprodução⁵

A imagem acima faz referência ao rompimento da barragem em Brumadinho. No dia 25 de janeiro de 2019, ocorreu o colapso da barragem da Mina Córrego do Feijão, pertencente à Vale, em Brumadinho, Minas Gerais. O incidente causou a morte de 272 pessoas e provocou a contaminação de mais de 300 quilômetros do Rio Paraopeba. Na imagem, é possível perceber que 652 usuários comentaram a publicação; 9 mil a republicaram e 20 mil “curtiram” a postagem. Considera-se os dados até a data de escrita do presente trabalho.

A produção de notícias pode ser influenciada pelas mídias digitais, como é o caso do *X*. Ele é empregado por companhias de mídia, jornalistas e usuários para disseminar informações e se comunicar com o público. Possibilita a utilização como

⁵ Fonte: *X*. Disponível em: <https://x.com/jornalhoje>. Acesso em: 18 jan. 2025.

fonte de notícias, produção de notícias ou interação com o público, servindo como base para a criação de notícias ou para replicar *links* para sites de notícias.

As mídias digitais são fundamentais na filtragem e disseminação de informações, permitindo que usuários colem e republiquem notícias por meio de práticas como o *retweet* no *X* e o compartilhamento de *posts* no *Facebook*. Essas ações facilitam a divulgação de conteúdos, incluindo notícias, e promovem debates entre os usuários. Zago (2008) destaca o *X* como uma plataforma relevante para a divulgação de diversos tipos de conteúdo, especialmente através dos *trending topics*, que mostram os assuntos mais comentados e permitem o acompanhamento dos debates relacionados a cada *hashtag*⁶.

Segundo Shoemaker (2011), essa interatividade permite que usuários atuem como *gatewatching*, selecionando conteúdos de interesse em portais de notícias e personalizando suas fontes de informação. Além disso, usuários podem sugerir pautas e reportagens, que podem ser, posteriormente, escolhidas por portais para repercussão e leitura pelos demais usuários (Ribeiro, 2016).

Considerações finais

À vista disso, este trabalho abordou os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching* e sua relação com o Jornalismo e as redes sociais digitais do século XXI. Utilizando levantamento bibliográfico e exemplos de postagens no *X* e *Facebook*, analisa como os usuários constroem e distribuem notícias na *web*. A chegada das redes sociais digitais transformou a distribuição de notícias, aumentando o repasse de informações e a atuação ativa dos usuários na leitura das notícias. Essa interação confere mais poder aos leitores no processo de *gatewatching*.

Assim, as práticas noticiosas na internet, incluindo mídia digitais, podem ser consideradas *gatewatching*, substituindo o *gatekeeping* tradicional do Jornalismo. Essas práticas destacam a relevância das informações e ampliam seu alcance por meio de interações como comentários, compartilhamentos e publicações diversas. As redes sociais digitais desempenham um papel importante na valorização de notícias e

⁶ Uma *hashtag* é uma palavra ou expressão iniciada pelo sinal #, utilizada para classificar conteúdos em plataformas de mídia social. As *hashtags* simplificam a pesquisa e a organização de conteúdos ligados a um tópico.

informações, promovendo elementos noticiáveis. Assim, usuários das mídias digitais e jornalistas colaboram na produção de notícias.

O X, em específico, possibilita a disseminação ágil de informações. Ademais, possibilita a interação com a audiência em tempo real. Também possibilita avaliar o efeito de uma notícia. Em relação aos usuários, possibilita a interação com a audiência: possibilita aos jornalistas estabelecerem vínculos com o público.

Referências

- BARBOSA, B.; CARVALHO, C. Jornalismo por Tuíte e Retuíte Durante a Pandemia: divulgação e engajamento com notícias no Twitter: **Brazilian journalism research**, v. 17, n. 3, p. 736–763, 30 dez. 2021.
- BARSOITI, Adriana. **Jornalista em Mutação**: do cão de guarda ao mobilizador de audiência. Florianópolis: Insular, 2014.
- BRUNS, Axel. **Gatekeeping, Gatewatching**: Realimentação em Tempo Real. In: Brazilian Journalism Research. Volume 11. Número 2. 2015. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/750/570>. Acesso em: 17 jan. 2025.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 2007.
- MORAES JUNIOR, Enio; ANTONIOLI, Maria Elisabete. Jornalismo e newsmaking no século XXI: novas formas de produção jornalística no cenário online. **Revista Alterjor**, São Paulo, Brasil, v. 14, n. 2, p. 43–52, 2016. Disponível em: <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/121436>. Acesso em: 17 jan. 2025.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “Tempo Real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- RAMADAN, Nancy. “**Brasil e Portugal: problemáticas e orientações no ensino do Jornalismo**”. In: MORAES JÚNIOR, Enio; MALULY, Luciano V. Barros; OLIVEIRA, Dennis de (Orgs). Antes da Pauta: linhas para pensar o ensino do jornalismo no século XXI. São Paulo: ECA/PUC, 2013. 116-136 p. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002423516.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2025.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, Alessandro Teixeira. **Do digital para o impresso**: automação e gatekeeper no contrafluxo da tecnologia. Revista UNITER de Comunicação, v. 4, n. 7, p. 48-59, 2016.
- SOSTER, Demétrio de Azevedo; FIRMINO, Fernando. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo**: Elementos para discussão. Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.
- SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do Gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.
- TUCHMAN, Gaye. **A Objetividade como Ritual Estratégico**. In: TRAQUINA, Nelson (org). Jornalismo: teorias, questões e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.
- WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Ed. Presença, 1994.
- ZAGO, G. O. **Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos**. In: 6 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Bernardo do Campo, SP, Brasil: SBPJor, 2008.