

Limites e aplicabilidade do conceito de *gatematching* na produção de conteúdo em meio digital: novo modelo de comunicação ou hiper-realidade?¹

Saulo de Assis Sâes Neto²

Universidade Bordeaux Montaigne (França)

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar os resultados iniciais de uma pesquisa cujo intuito é analisar os limites e a aplicabilidade do *gatematching*, modelo de produção de conteúdo online proposto por Bruns (2005), que estabelece uma estrutura colaborativa e oposta ao modelo de *gatekeeping* identificado por White (1950), caracterizado pela hierarquia e pelo controle de profissionais responsáveis pela produção de conteúdo. Além de comparar tais modelos de produção de conteúdo, o presente artigo busca apresentar discussões acerca dos limites da Internet como evento tecnológico capaz de modificar estruturas de produção de informação. Busca-se ainda, a partir das contribuições de Baudrillard (1981), investigar se o modelo de *gatematching* pode ser considerado uma hiper-realidade ou uma real alternativa para as estruturas de produção de informação na Web.

Palavras-chave: *Gatematching*; *Gatekeeping*; Internet; Produção colaborativa de conteúdo.

Introdução

Na década de 1960, os estudos desenvolvidos por Marshall McLuhan (1964) tinham como foco a crença de que a tecnologia e os novos meios de comunicação poderiam reduzir as distâncias do mundo e aproximar a população, formando uma espécie de aldeia global. A partir de sua crença que o advento das cópias reprográficas poderia transformar todos em editores de informação, percepção que vai ao encontro do estudo de Bruns (2005) sobre o modelo de *gatematching*, tinha-se a ideia de que o público seria integrado aos processos de produção de informação graças à tecnologia.

Décadas após o estudo desenvolvido por McLuhan, a emergência da Internet e das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) estimou ainda mais o desenvolvimento de novas teorias e conceitos sobre a produção de informações em meios digitais, no sentido de buscar integrar o público como participante dos processos de desenvolvimento, edição e difusão de conteúdo na Web.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 17 a 19 de junho de 2016 na cidade de Salto (SP).

² Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo pela Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep) e Mestrando em Ciências da Informação e Comunicação pela Universidade Bordeaux Montaigne (França). E-mail: neto03@gmail.com

A partir dessa perspectiva, destaca-se o estudo do pesquisador australiano Axel Bruns (2005) sobre a produção colaborativa de conteúdo em meio digital. Com o objetivo de propor uma nova concepção ao modelo hierarquizado e controlado de *gatekeeping* estabelecido pelo estadunidense David White (1950), Bruns apresentou o modelo do *gatematching*, no qual as estruturas hierárquicas de produção de informação virtual dão lugar a um modelo aberto e participativo.

Segundo a estrutura proposta por Bruns, o advento da Internet fez com que as “portas” [*gates*], que tornam o modelo de *gatekeeping* uma estrutura fechada e altamente controlada, fossem “abertas”, permitindo aos públicos [usuários] o poder de participarem dos processos de produção de informação. Tal “atualização” do modelo de White é visto por Bruns como uma necessidade diante das características próprias à Internet, que supostamente permitem uma maior integração do público como produtores de informação.

Sendo assim, o modelo fechado e hierarquizado de *gatekeeping* não pode mais ser aplicado à produção de conteúdo virtual, considerando que o controle das “portas” não é mais possível, e os profissionais possuem, diante desse cenário, a função de observar o fluxo de informações produzidas de maneira colaborativa. Portanto, é possível considerar o *gatematching* como uma proposta de substituição ao modelo de *gatekeeping* para a produção de conteúdos na *Web*.

A introdução do modelo de *gatematching* aos estudos comunicacionais e sua comparação ao modelo de *gatekeeping* diante da *Web* e do desenvolvimento das TICs suscitam uma questão essencial: o modelo proposto por Bruns pode, de fato, substituir a estrutura identificada por White como modelo majoritário de produção de conteúdo na *Web*? Este questionamento coloca em discussão o poder da tecnologia como agente de transformação de estruturas de produção de conteúdo, suscitando uma reflexão sobre a percepção de que as tecnologias permitem uma real integração do público à produção de conteúdos.

Diante deste paradigma, foi possível definir uma hipótese de trabalho que norteia a pesquisa desenvolvida por este autor e cujos resultados iniciais são apresentados neste artigo. A partir das contribuições do sociólogo francês Jean Baudrillard (1983), o modelo de *gatematching* pode ser visto como um exemplo de hiper-realidade, tendo em vista que a integração do público à produção de conteúdo em meio virtual representa uma falsa ideia de participação. Segundo esta hipótese, o modelo de *gatematching* é superestimado, tendo em vista que os avanços tecnológicos não são capazes de transpor as barreiras de produção

hierarquizada de conteúdo, elementos que definem há décadas o *modus operandi* das grandes empresas midiáticas, cujo poder é essencialmente mantido ainda que na *Web*.

É preciso destacar que o intuito da pesquisa descrita neste artigo não é desconsiderar a relevância do *gatewatching* como modelo de produção de conteúdo colaborativo em meio digital, no qual o público pode atuar como produtor, porém colocar em discussão, a partir de uma revisão bibliográfica, se tal modelo pode de fato substituir as estruturas de produção hierarquizadas, já estabelecidas e operadas há décadas pelos *mass medias* [*gatekeeping*].

O conceito de *gatekeeping*

No ano de 1950, David Manning White, professor da Universidade de Boston, publicou o estudo “The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News”, no qual analisa os critérios utilizados por um editor de um jornal para publicação de notícias. Apesar de o termo *gatekeeping* já ter sido desenvolvido anteriormente por Robert Park³, este artigo concentra-se no estudo de White e em pesquisas posteriores.

Para desenvolver o conceito de *gatekeeping*, White selecionou um jornal estadunidense e pediu que seu editor anotasse as notícias não publicadas, bem como as razões que motivaram sua decisão de não publicar tais informações, buscando entender os motivos pelos quais algumas informações não chegavam às edições finais do jornal. Após uma semana de análises, White constatou que 90% dos conteúdos não eram publicados com base em critérios ditos como objetivos, porém a partir de um processo arbitrário e baseado nas expectativas e experiências do editor.

Ao final de seu estudo, White destaca a subjetividade do *gatekeeper* e do processo de seleção de informações publicadas por um jornal: “Por meio do estudo das razões que levaram à rejeição de informações de agências de notícias, vemos quão subjetivo, baseado nas próprias experiências do *gatekeeper*, nas atitudes e expectativas a comunicação de notícias realmente ocorre” (White, 1950, p. 390)⁴.

Após o estudo de White, outros pesquisadores se dedicaram à análise do *gatekeeping*. Entre eles, observa-se a contribuição do sociólogo estadunidense Warren Breed (1955), que

³ En 1922, Robert Park desenvolveu um estudo no qual identificou a existência de um processo de seleção feito por editores de jornais que ignoravam certas informações em detrimento de outras. Nesse processo, Park considerou que histórias jornalísticas eram “mortas” cotidianamente. Entretanto, o pesquisador não utilizou a expressão *gatekeeping* para tal processo.

⁴ “Through studying his overt reasons for rejecting news stories from the press associations we see how highly subjective, how based on the “gate keeper’s” own set of experiences, attitudes and expectations the communication of “news” really is”.

publicou os resultados de uma pesquisa a partir de uma perspectiva organizacional sobre o papel dos profissionais dentro das empresas midiáticas. Segundo o autor, os jornalistas [e demais profissionais da comunicação] são, antes de tudo, trabalhadores submetidos às regras de cada empresa. Nessa perspectiva, a autonomia dos profissionais é parcial e funciona conforme exigências de cada organização.

A atividade dos jornalistas é vista segundo a pesquisa realizada por Breed como uma função controlada pelas altas instâncias das organizações, que determinam os tipos de conteúdos produzidos pelos profissionais. O pesquisador reconhece em seu estudo a existência de meios utilizados pelos profissionais para tentar reduzir o controle imposto pelas corporações, porém destaca que, *à priori*, a linha editorial e as lógicas de operação das empresas de comunicação são respeitadas pelos profissionais. Por meio de sua pesquisa, o autor destaca ainda que o jornalismo é visto como um negócio, cujo conteúdo desenvolvido é encarado como um produto a ser consumido pelo público.

Considerando que o estudo de White não trata de maneira mais específica as questões organizacionais envolvendo os processos de seleção de informações a serem publicadas, a abordagem de Breed pode ser integrada ao conceito de *gatekeeping* de modo a complementar os estudos e propor uma abordagem que reconhece não somente as rotinas produtivas, mas também a influência das organizações. Sendo assim, considera-se neste artigo o conceito de *gatekeeping* a partir dos estudos de White (1950) e Breed (1955).

Gatewatching e os producers

Considerando a evolução da Internet e o crescimento no número de usuários da rede mundial de computadores, o pesquisador australiano Axel Bruns (2005) aponta o surgimento de um novo tipo de internauta interessado em participar da elaboração de conteúdo na Web: os *producers*, neologismo criado a partir das palavras *producers* [produtores] e *users* [usuários].

De acordo com Bruns, o controle da opinião pública feito pelas mídias tradicionais estimulou o público a encontrar diferentes maneiras para se informar e produzir online seus próprios comentários, fóruns de discussão e vídeos. Tais conteúdos são avaliados por Bruns como uma concorrência frente aos produtos midiáticos tradicionais (2008, p. 3).

O tradicional modelo de produção do jornalismo [*gatekeeping*] é visto pelo autor como uma estrutura constituída de três etapas: a entrada, na qual os editores operam uma

seleção preliminar de informações elegíveis a serem transformadas em notícias; a saída, momento no qual são selecionados os conteúdos produzidos que serão publicados ou difundidos pelos meios de comunicação; e a fase de resposta, na qual os editores selecionam comentários do público a serem reproduzidos em seções como a “carta ao leitor”.

O pesquisador considera que os processos desenvolvidos segundo essa estrutura de produção e difusão de informações dependem do conhecimento dos membros de uma redação e de fatores comerciais e editoriais, como a disponibilidade de tempo e recurso de cada *mass media*. Para Bruns, tais condições de produção podem comprometer a qualidade, a relevância e a participação do público nas informações publicadas pelos meios de comunicação (2008, p. 4).

De acordo com o pesquisador, a Internet e suas múltiplas possibilidades de planejamento, produção, edição e avaliação de informações fizeram do *gatekeeping* um modelo incompatível para avaliar os processos de produção de conteúdo na *Web*, considerando que os controles e filtros [gates] existentes anteriormente foram suprimidos, pois a Internet permite que os usuários participem da produção/avaliação de notícias e conteúdo midiático.

A partir dessas observações, Bruns propõe o conceito de *gatematching*, alternativa ao modelo de *gatekeeping* que não se baseia em uma posição de autoridade e controle do fluxo de informações. O modelo apresentado pelo pesquisador fundamenta-se no compartilhamento virtual de conhecimentos e debates acerca de questões não abordadas pelas mídias convencionais (2008, p. 5).

De maneira mais específica, o autor define o *gatematching* como um modelo de produção de notícias que não se baseia em uma estrutura hierárquica e autoritária de controle dos meios e modos de produção e difusão de informações. Em seu modelo, o público tem acesso às diferentes fontes de informação e não depende mais do trabalho de profissionais de comunicação, anteriormente os únicos responsáveis pela transmissão de notícias (2008, p. 6).

Nesse processo, o pesquisador explica que os *producers* têm a função de observar o fluxo de informações que circulam na *Web* e selecionar as notícias que consideram mais relevantes de acordo com as concepções e pontos de vista pessoais. Nesse cenário, o *producer* passa, de consumidor passivo, a um participante ativo dos processos de seleção, produção e transmissão de notícias (2008, p. 7)⁵.

⁵ As a result, news turns from a relatively static product to be consumed by audiences into a dynamic, evolving, expanding resource which is actively co-developed by the users of such citizen journalism sites, participating a process of produsage.

De acordo com Bruns, o modelo de *gatewatching* pode ser observado pelas mídias tradicionais como uma inspiração para a melhoria de suas práticas, especificamente para modificar seus papéis de controladores de informações e tornarem-se condutores dos processos de planejamento, produção e difusão de notícias. Tal inovação permitirá aos *mass medias* terem uma ação mais efetiva no cotidiano de seus públicos: no lugar de concluir e impedirem o surgimento de debates, podem estimular e promover discussões em meio virtual (2008, p. 8).

Hiper-realidade e comunicação segundo Baudrillard

Entre os estudos realizados pelo sociólogo francês Jean Baudrillard, observa-se a discussão suscitada pelo autor acerca do valor simbólico de objetos contemporâneos. Baudrillard (2001) coloca em perspectiva os valores e a importância dada aos objetos pela sociedade contemporânea, símbolos de uma era de exacerbação de sensações, crenças e valores. Trata-se da hiper-realidade, conceito que expressa a superestimação do real e encontra respaldo na economia contemporânea.

O sociólogo avalia que a era de hiper-realidade é vista a partir da existência de simulacros e simulações, mecanismos cuja função é esconder a realidade (1998). De modo mais específico, tais mecanismos são observados em experiências, códigos, meios digitais e objetos sem referencial que se apresentam como mais reais que a própria realidade, ou seja, hiper-reais. Segundo o autor, a era contemporânea é dominada pela existência de simulacros e simulações.

Como exemplo de hiper-realidade, observam-se as diversas experiências de realidade virtual, como o *Second Life*, rede social digital que permite aos internautas a criação e interação de personagens fictícios em um mundo imaginário. Como observado por Kaplan e Haenlein (2010), o *Second Life* é um exemplo claro de hiper-realidade: uma criação artificial que parece real:

As hiper-realidades são fundadas sob a ideia de que a realidade é construída, e que é possível construir elementos mais reais que o próprio real. Parte das reflexões-chave do pós-modernismo, as hiper-realidades não pressupõem que cada um partilha uma mesma realidade, mas que existem realidades simuladas, nas quais os utilizadores podem realizar atividades que não poderiam ou queriam fazer na realidade (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 6)⁶.

⁶ Les hyperréalités sont fondées sur l'idée que la réalité est construite, et qu'il est donc possible de construire des choses plus réelles que le réel. Elles font partie des réflexions clés du postmodernisme. Elles ne supposent pas que chacun partage

No caso específico dos *mass medias*, um exemplo de hiper-realidade citado por Baudrillard são as imagens em terceira dimensão, amplamente utilizadas pela indústria cinematográfica. Esse tipo de imagem é considerada uma construção hiper-real, pois esconde a realidade e propõe uma alternativa que não existe na prática, porém se assemelha ao real.

A partir das reflexões acerca da mídia realizadas por Marshal McLuhan [abordagem tecnológica] e por Hans Enzensberger [ideológica e dialética], Jean Baudrillard propõe uma perspectiva diferente no artigo *Requiem for the Media*, no qual analisa que as mídias contemporâneas fabricam uma não-comunicação, a partir da noção que um processo de comunicação pressupõe uma troca e a existência de um ambiente recíproco de discurso e resposta:

As mídias de massa são anti-mediação e intransitivas. Elas fabricam uma não-comunicação – É desse modo que elas são caracterizadas, ao considerar que a comunicação representa uma troca, um ambiente recíproco de discurso e resposta, e também de responsabilidade [...]. Precisamos entender a comunicação como algo além da simples transmissão-recepção de uma mensagem, independentemente de ela ser considerada reversível por meio de feedback. Essa é a real abstração da mídia, e o sistema de controle social e de poder está baseado nela (1998, p. 280-281)⁷.

Como definido pelo sociólogo, as mídias operam práticas opostas ao modelo ideal de comunicação. Sendo assim, as atuais práticas midiáticas são exemplos de simulações, pois não modificam a unilateralidade dos processos de concepção, criação e difusão de informações realizados pelos *mass medias*.

Apesar do fato de Jean Baudrillard não focalizar seus estudos nos efeitos específicos da Internet aos processos de comunicação, o autor avalia que sobrecarga de informação [que existe na *Web*] não reduz as incertezas acerca das práticas comunicacionais. Pelo contrário, reforça as práticas unilaterais da comunicação de massa, bem como a existência de simulacros e simulações, características da hiper-realidade.

Em seu estudo, Baudrillard considera que o processo de não-comunicação dos *mass medias* não será alterado apenas com a integração do público como produtor de conteúdos.

la même réalité mais plutôt des réalités simulées, où les utilisateurs peuvent réaliser des activités qu'ils ne pourraient pas ou ne voudraient pas réaliser dans le réel (Kaplan; Haenlein, 2010, p. 6).

⁷ The mass media are anti-mediatory and intransitive. They fabricate non-communication—this is what characterizes them, if one agrees to define communication as an exchange, as a reciprocal space of a speech and a response, and thus of a responsibility [...] We must understand communication as something other than the simple transmission-reception of a message, whether or not the latter is considered reversible through feedback [...] This is the real abstraction of the media. And the system of social control and power is rooted in it (1998, p. 280-281).

Para o sociólogo, a absorção cibernética do público não é mais do que uma falsa maneira de os integrar às práticas contemporâneas de comunicação.

Ademais, o autor avalia que as tentativas contemporâneas de subversão da ordem monolítica da comunicação são práticas cuja função é somente reforçar a mensagem como um conceito isolado e monolítico, considerando que os meios de produção são ainda controlados por grandes empresas de comunicação.

A partir das considerações de Hans Enzensberger, Baudrillard destaca que a transformação do público em potenciais produtores de conteúdo não modifica o monopólio midiático, pois o problema não é o acesso à tecnologia, mas sim o monopólio do discurso. Segundo o sociólogo, considerar que somente a possibilidade de o público atuar como produtores seja capaz de representar uma revolução dos processos de comunicação é uma ilusão cibernética.

Sendo assim, é possível considerar que, apesar da crescente acessibilidade à tecnologia, uma verdadeira integração do público não pressupõe somente o domínio da utilização de TICs e demais inovações tecnológicas, pois o cerne da questão está no domínio do discurso [e no conhecimento]. Nesse sentido, creditar somente à tecnologia uma revolução de tal magnitude pode representar uma perspectiva hiper-real.

Internet e mediação da produção de conteúdo digital: perspectivas teóricas

O conceito de *gatewatching* desenvolvido por Bruns (2005) baseia-se essencialmente na premissa que os usuários da Web podem participar dos processos de produção de conteúdo online. Desse modo, o autor propõe um novo modelo de produção de conteúdo: não-linear, participativo e desconcentrado.

Nota-se que o modelo introduzido por Bruns foi possível a partir do surgimento e expansão da Internet, dos novos mecanismos de participação do público e das dinâmicas contemporâneas de produção de conteúdo. Portanto, os estudos acerca da evolução do papel do usuário/consumidor de informações e da Internet como propulsora de uma nova “era” constituem-se como a essência da discussão entorno do *gatewatching*.

Antes do surgimento da Web, o canadense McLuhan (1964) avaliou que o desenvolvimento tecnológico seria capaz de permitir que todos se transformassem em potenciais editores de informações. Segundo seu conceito de aldeia global, McLuhan considerou que as TICs poderiam reduzir as distâncias e conduzir o estabelecimento de uma

cultura universal. Nesse sentido, a emergência da Internet pode ser vista como uma amplificação de tal cultura global.

No entanto, apesar dos potenciais da Internet e das TICs, Piérre Levy (1993) destaca que “[...] uma verdadeira integração da informática pressupõe o abandono de hábitos antropológicos mais que milenares, o que não pode ser feito em alguns anos” (p. 9)⁸. Assim, Levy deixa claro uma necessária relativização das análises acerca da suposta integração global para produção de conteúdo por meio da Internet.

Como exemplo da complexidade dos mecanismos de produção colaborativa de conteúdo virtual, pode-se destacar a perspectiva sociopolítica dos usuários estabelecida por Serge Proulx (2005). Segundo o autor, a apropriação das TICs pelos utilizadores da Web depende de diversos elementos, entre os quais a interação entre usuário e dispositivo técnico, a coordenação entre usuários e desenvolvedores de tais dispositivos, o contexto de utilização, a dimensão político-moral vinculada aos dispositivos e os fundamentos sociais e históricos dos usuários.

Desse modo, a participação do público na produção de conteúdo digital é resultado de uma complexa rede constituída de diferentes forças, e o acesso às tecnologias não representa isoladamente a possibilidade de constituir-se um modelo efetivo e aplicável de produção colaborativa de informação.

Em suas discussões acerca da virtualidade na sociedade contemporânea e seus efeitos na sociedade, Proulx (2004) identifica três perspectivas: a abordagem que considera o virtual como subordinado ao real; o virtual como a resolução de um mundo imperfeito; e uma terceira perspectiva híbrida, na qual o real e o virtual se interagem e podem suscitar novas formas de expressão.

Entre os autores que analisaram o comportamento das dinâmicas sociais no ciberespaço, observam-se as análises do pesquisador francês Dominique Wolton (2000, p. 68). Para o autor, a contribuição das TICs como possibilidades de abertura é evidente, mas não há nessa perspectiva uma possibilidade de democratização da informação. Wolton avalia que tal premissa não é mais que uma “quimera”, e que a Internet não pode ser considerada uma mídia, tampouco capaz de substituir o papel social das mídias de massa.

Na mesma linha de pensamento de Wolton, o autor francês Philippe Breton (2000) observa que a Internet e sua supervalorização pode ser vista como uma prática cultural

⁸ “[...] une véritable intégration de l’informatique suppose l’abandon d’un habitus anthropologique plus que millénaire, ce qui ne peut pas se faire en quelques années” (1993, p. 9).

semelhante a algumas religiões. O autor destaca que a Web e as demais tecnologias existentes na sociedade contemporânea devem ser encaradas como ferramentas, e não como finalidades primárias.

Tendo em vista a análise acerca da aplicabilidade do modelo de produção de conteúdo colaborativo proposto por Bruns (2005), as considerações de Dominique Wolton e Philippe Breton se associam à hipótese apresentada neste artigo que a estrutura de produção hierarquizada de informações pela mídia de massa [*gatekeeping*] não pode ser substituída por um modelo de produção participativo [*gatewatching*].

A Internet pode ser considerada por alguns como finalidade para efetivar a participação do público, mas na prática observa-se que a Web representa uma tecnologia que, por si só, não é capaz de concretizar tal necessidade, considerando que as empresas de comunicação e que a produção hierarquizada de conteúdo continuam predominantes no ciberespaço. Mais especificamente, a tecnologia vista de maneira isolada não possui o poder de transpor suficientemente as estruturas de hierarquização de informações e as barreiras que impedem a participação efetiva do público.

Armand Mattelart (1997) coloca em perspectiva a importância dos debates acerca da Internet e as possíveis modificações de dinâmicas de produção de conteúdos na Web. Para o autor, as discussões acerca de tal questão são fundamentais para a democracia mundial, mas critica como sonhadoras as abordagens que propõem a possibilidade de as tecnologias atuarem como expoentes de um “planeta sem intermediários”⁹.

As considerações de Mattelart e Wolton permitem que sejam feitas duas considerações iniciais: as experiências colaborativas de produção de conteúdo não possuem o potencial de substituir as mídias de massa na função de intermediadores entre conteúdos difundidos e o público; e a intermediação é um fenômeno intrínseco em todas as modalidades de comunicação de massa. Apesar de funcionar segundo dinâmicas únicas vinculadas à tecnologia, a Internet não possui a capacidade de eliminar as instâncias intermediadoras, que representam mecanismos que atuam segundo estruturas de poder e controle já estabelecidas na sociedade contemporânea.

⁹ La techno-utopie se révèle une arme idéologique de premier plan dans les trafics d'influence, en vue de naturaliser la vision libre-échangiste de l'ordre mondial. En dépit des décrets qui périodiquement scellent sa disparition, tout comme celle de l'histoire et de l'idéologie, l'Etat-nation, au-delà de sa complicité dans la dépossession de ses fonctions de régulation, reste l'ennemi dont il faut saper les prérogatives. Ainsi naît le rêve d'une planète sans intermédiaires. (Mattelart, 1997, p. 50).

Dentro dessa discussão sobre a Internet e suas dinâmicas de funcionamento, o filósofo espanhol Jesús Martín-Barbero destaca a utopia da perspectiva igualitária entre os usuários da Web somente a partir do acesso massificado à tecnologia:

A utopia da Internet é que já não necessitamos ser representados, a democracia é de todos, somos todos iguais. Mentira. Nunca fomos nem somos nem seremos iguais. E, portanto, a democracia de todos é mentira. Seguimos necessitando de mediações de representação das diferentes dimensões da vida¹⁰.

Sobre a Internet, Martín-Barbero aponta que as experiências digitais de interação entre os usuários [como as redes sociais] não podem ser consideradas comunidades, pois os usuários são somente colocados em contato, permanecendo as diferenças. Assim, pode-se considerar que a tecnologia é capaz somente de inserir em um mesmo ambiente os diferentes usuários, mas não garante a formação de uma rede de *producers*, pois diferenças importantes entre os usuários continuam a existir, como os diferentes conhecimentos e níveis de instrução.

Nesse sentido, as condições de acesso às informações, o domínio no uso de ferramentas tecnológicas, os diferentes níveis de conhecimento, as moderações, o controle dos meios e dos discursos representam elementos que possuem ainda um papel fundamental nas experiências de produção de conteúdo virtual. Desse modo, observa-se que o ciberespaço reproduz as desigualdades da vida “real”, fortalecendo a dominação dos *mass medias* tradicionais e inviabilizando as possibilidades de ampliação das experiências de produção colaborativa de conteúdos.

Considerações finais

A partir do trabalho inicial de pesquisa bibliográfica apresentado neste artigo, bem como a análise de estudos previamente realizados envolvendo o papel da Internet na produção de conteúdo, algumas considerações sobre o modelo de produção colaborativa de conteúdo [*gatewatching*] podem ser feitas, especificamente em relação ao seu possível papel de substituto de modelos hierarquizados e fechados de produção de conteúdo [*gatekeeping*].

Inicialmente, observa-se que as experiências de produção de conteúdo colaborativo no ciberespaço não podem ser encaradas como alternativa para substituir efetivamente as técnicas hierarquizadas e fechadas de produção, difusão e avaliação de conteúdos

¹⁰ Citação extraída de uma entrevista do filósofo ao jornal “Folha de S. Paulo”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2308200914.htm>>. Acesso em: 1 Mai 2016.

estabelecidas a partir do advento dos grandes grupos midiáticos. Tais iniciativas permanecem como possibilidades que não possuem ainda o potencial para ditar a produção de conteúdo na Web.

A partir do surgimento e popularização da Internet e das novas formas de participação do público na produção de conteúdos, o modelo do *gatekeeping* passou a ser questionado. Ainda que minoritárias, diversas iniciativas propõem hoje a participação do público e devem ser destacadas, considerando suas contribuições para reduzir o monopólio informativo e suscitar a discussão sobre estruturas contemporâneas para produção de conteúdos na Web.

Em relação à produção de conteúdo virtual, diversos fatores devem ser considerados, como o conhecimento técnico e os níveis de instrução dos usuários, elementares quando se fala em uma produção colaborativa de conteúdo cujos participantes possuem em tese as mesmas condições. A disparidade entre os usuários mostra que, por trás do acesso supostamente universal à tecnologia, muitas desigualdades ainda persistem. Sendo assim, admitir que o modelo de produção de conteúdo do *gatematching* tem o potencial de substituir a estrutura fechada do *gatematching* parece representar uma perspectiva utópica, uma hiper-realidade.

Atualmente, observa-se que as práticas de moderação envolvendo a participação de usuários/leitores continuam a serem exercidas na Web. Tal permanência pode ser explicada a partir do fato que, apesar das novas tecnologias, as práticas hierárquicas de produção de conteúdo na Web seguem, na maioria das vezes, os mesmos princípios estabelecidos por grandes empresas midiáticas. Sendo assim, pode-se afirmar que o modelo de *gatekeeping* é ainda majoritário nos sites de informação, considerando que a maior parte é controlada por tradicionais grupos de mídia brasileiros.

Avaliar as práticas de *gatematching* existentes hoje na Web como alternativas sem potencial para substituir uma lógica de produção fechada e hierarquizada não significa refutar, subestimar ou ignorar os avanços trazidos pelas experiências colaborativas de produção de conteúdo, no sentido de tentar reduzir a distância entre os públicos e os oligopólios midiáticos.

Trata-se justamente do contrário. É essencial ressaltar o fato de que a maioria dos conteúdos informativos difundidos hoje na Web reproduzem o *modus operandi* hierarquizado das grandes corporações midiáticas, evitando-se a crença que existe hoje uma participação efetiva dos internautas nos processos de concepção, produção, difusão e avaliação de conteúdos informativos.

Tal constatação é fundamental para que, em razão de uma aparente e hiper-real integração dos usuários por vezes vista na Web, não haja uma subestimação do ainda presente poder de grandes grupos midiáticos, bem como a permanência de critérios subjetivos para seleção de informações a serem tratadas, o controle sobre a pluralidade de informações e as condições restritas de participação do público.

Sobre o conceito de *gatematching* e sua aplicabilidade calcada por vezes no tecnicismo contemporâneo, uma consideração essencial deve ser feita: a evolução das TICs mostra que o acesso à Internet e às diferentes mídias pode ser democratizado ao longo do tempo, porém o conhecimento acerca das técnicas de produção de informação, as condições financeiras e de controle do conhecimento são fatores estabelecidos antes mesmo do surgimento da “era digital” e que transcendem a utopia integrativa e igualitária por vezes atribuída à Web.

Apesar das possibilidades de acesso massificado às tecnologias, as condições de produção ainda permanecem desiguais. A história do desenvolvimento das mídias mostra que o nascimento de novas tecnologias não representa o abandono de antigas práticas comunicacionais hierarquizadas, fechadas e subjetivas.

Diante da limitação do modelo de *gatematching* como alternativa para a produção de conteúdo na Web e da permanência de uma estrutura hierarquizada e, por vezes, arbitrária do *gatekeeping*, estabelecer um modelo democrático para produção de informações que seja capaz de garantir a veracidade das informações, a pluralidade de opiniões e assuntos abordados com uma participação mais efetiva do público representa atualmente um dos principais desafios dos pesquisadores e profissionais do setor.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacres et simulation**. Paris: Galilée, 1981.

_____. **Selected Writings**. Califórnia: Stanford University Press, 1998.

_____. **D'un fragment à l'autre**, entretiens avec François L'Yvonnet. Paris: Albin Michel, 2001.

_____. **Requiem for the media**. Disponível em: <http://shmacek.faculty.noctrl.edu/Courses/MediaCritSyllabusSPR2_files/19-baudrillard-03.pdf>. Acesso em: 30 Abr. 2016.

BREED, Warren. Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. In **Social Forces**, v. 4, n. 33, p. 326-335, Maio 1955. Disponível em:

<<https://umdrive.memphis.edu/cbrown14/public/Mass%20Comm%20Theory/Week%208%20Journalism%20Studies/Breed%201955.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

BRETON, Philippe. **Le culte de l'Internet**. Paris: La Découverte, 2000.

BRUNS, Axel: Collaborative online news production. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

_____. The active audience: transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. In PATERSON, Chris; DOMINGO, David (Eds.) **Making Online News: The Ethnography of New Media Production**. New York: Peter Lang, 2008.

KAPLAN, Andreas; HAENLEIN, Michael. Mondes virtuels : retour au réalisme. In **L'Expansion Management Review**, n. 138, p. 90-102, Março 2010. Disponível em: <www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2010-3-page-90.htm>. Acesso em: 30 abr. 2016.

LEVY, Pierre. **Les Technologies de l'Intelligence : l'avenir de la pensée à l'ère informatique**. Paris: Seuil, 1993.

MATTELART, Armand. Les Eldorados du numérique. In **Le monde de l'éducation**, n° 247, 1997, p. 49-50.

_____. **Histoire de l'utopie planétaire : de la cité prophétique à la société globale**. Paris: La Découverte, 1999.

McLUHAN, Marshall. **Understanding Media: The Extensions of Man**. New York: McGraw-Hill, 1964.

PARK, Robert Ezra. **The Immigrant Press and Its Control**. New York: Harper & Brothers, 1922.

PROULX, Serge. **La Révolution Internet en question**. Québec: Québec Amérique, 2004.

_____. Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances. In VIEIRA, Lise; PINEDE, Nathalie. **Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels**. Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, 2005.

WHITE, David Manning. The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. In **Journalism Quarterly**, n. 27, p. 383-390, Setembro 1950. Disponível em: <<http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

WOLTON, Dominique. **Internet et après: Une théorie critique des nouveaux médias**. Paris: La Découverte, 2000.