
O Processo de *Gatekeeping* e *Gatewatching* na Seleção de Conteúdos do Portal Torcedores.com¹

Mariana CAPRA²

Ivone CASSOL³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Com o avanço das tecnologias, o jornalista passa a ser um selecionador no meio digital, e não mais exclusivamente produtor das mensagens. Hoje, dada a diversidade de informações disponíveis na internet, cabe ao jornalista utilizar novas ferramentas para filtrar a informação que deverá ser repassada à audiência. A partir disso, este artigo discute os processos de *gatekeeping* e *gatewatching* na seleção dos conteúdos enviados ao portal de notícias Torcedores.com por seus colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Torcedores.com; webjornalismo; *gatewatching*; *gatekeeping*.

INTRODUÇÃO

Com três anos de existência, o portal colaborativo Torcedores.com é voltado para o jornalismo esportivo, tendo foco no futebol nacional e internacional, mas reportando também lutas, esportes olímpicos, futebol americano (NFL e Brasileiro), esportes radicais, entre outros. O site tem seis diferentes categorias de colaboradores, que vão evoluindo conforme tempo e produção de conteúdo, além dos cursos pelos quais passam para aperfeiçoar seus conhecimentos. Este estudo traz uma análise sobre os processos de *gatekeeping* e *gatewatching* na seleção dos conteúdos produzidos e enviados por seus colaboradores.

O surgimento da internet e das novas tecnologias mudou o modo como se faz jornalismo. Objetivando analisar o processo de seleção de conteúdo do portal Torcedores.com, este artigo é relevante para o jornalismo, uma vez que aplica a teoria do *gatekeeping* e *gatewatching* a um veículo jornalístico não-tradicional, que trabalha de maneira colaborativa.

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Recém-graduada no Curso de Jornalismo da PUC-RS, e-mail mariana.capra@acad.pucrs.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUC-RS, e-mail ivone.cassol@pucrs.br.

Para embasar o presente estudo, serão importantes os autores Shoemaker e Vos (2011) e Weber (2010), que tratam das teorias de *gatekeeping* e *gatewatching*. No que se refere ao jornalismo participativo na web, Fonseca (2007) e Primo e Träsel (2006) serão fundamentais para a realização deste trabalho.

Em função dos objetivos estabelecidos neste estudo, serão adotadas as técnicas de pesquisa bibliográfica, através de livros, e documental, através de artigos científicos e publicações em sites como o Portal Imprensa, além de análise de conteúdo.

O presente artigo será organizado em cinco capítulos, incluindo entre eles a Introdução e a Conclusão. O capítulo "A Seleção de Informação na Era da Internet" abordará as definições das teorias de *gatekeeping* e *gatewatching*, além de discorrer sobre o processo de seleção de informação. O conceito de webjornalismo participativo, além das motivações que levam um internauta a produzir o seu próprio conteúdo serão abordados em "Webjornalismo participativo e esporte". "O Portal Colaborativo Torcedores.com" irá tratar do funcionamento do site, da forma como os conteúdos enviados pelos colaboradores são selecionados e abordará, ainda, os tipos de colaboradores e suas respectivas funções.

A partir disso, este artigo apresenta uma breve análise sobre a seleção do conteúdo presente no portal Torcedores.com, através dos conceitos de *gatekeeping*, *gatewatching* e de webjornalismo participativo.

A SELEÇÃO DA INFORMAÇÃO NA ERA DA INTERNET

O desenvolvimento das tecnologias mudou o modo como o jornalismo é feito. Atualmente, o acesso à informação é amplo e possibilita que cada vez mais pessoas sejam informadas. Algumas teorias que buscam explicar a profissão foram repensadas com foco nessas mudanças. É o caso da teoria do *gatekeeping*, nome dado ao "processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação" (SHOEMAKER; VOS, 2011, p.11), que, na era da internet, se tornou teoria do *gatewatching*, pois o jornalista passou a "assistir" ao processo ao invés de fazê-lo.

Segundo Shoemaker e Vos (2011), o processo de *gatekeeping* determina, além da informação que será escolhida, o modo como o conteúdo será abordado. O espaço disponível para publicação de notícias é limitado em veículos tradicionais como jornais e rádios, por exemplo, mas, com o surgimento da internet, é possível disponibilizar conteúdo ilimitado online.

Ainda, a internet aumenta as possibilidades de interação entre a audiência e os novos criadores de conteúdo, fazendo com que o público também seja capaz de produzir e disponibilizar conteúdo na web, através das informações que considerarem mais relevantes. Além disso, é possível selecionar o conteúdo que se deseja consumir, tornando assim os antes apenas recebedores da mensagem, seus próprios *gatekeepers*.

O jornalista ainda produz seu conteúdo e o disponibiliza, através de veículos com grande número de acessos, para o público em geral. O que muda para o conteúdo na web é que o processo não acaba neste ponto, pois a notícia passará por mais uma fase de seleção: a dos consumidores, onde estes modelam o conteúdo segundo seus interesses particulares. Sobre isso, Shoemaker e Vos (2011) sugerem que "os membros da audiência se tornaram ativos em um processo de gatekeeping secundário, que inicia quando o processo usual de mídia termina" (SHOEMAKER; VOS, 2011, p.19). Qualquer membro da audiência pode, também, fazer o papel de *gatekeeper* para outros membros, já que a informação pode ser distribuída tanto em canais interpessoais quanto em canais de mídia (SHOEMAKER; VOS, 2011, p.36).

WEBJORNALISMO PARTICIPATIVO E ESPORTE

Acredita-se que o webjornalismo é o futuro da profissão. Atualmente é possível afirmar que grande parte do consumo de notícias é feito online, por computadores, tablets ou smartphones. "As tecnologias digitais têm servido como motivador para uma maior interferência popular no processo noticioso. Tal processo tem como fator inicial a ampliação das formas de acesso à Internet" (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.4).

Existem diversos termos para designar notícias que são produzidas por qualquer pessoa, sem formação jornalística e distribuídas na web. São eles, segundo Primo e Träsel (2006): "jornalismo cidadão (*citizen journalism*), jornalismo participativo, *grassroots journalism* e jornalismo *open source* (isto é, de fonte aberta)". O webjornalismo participativo pode ser definido como as "práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe" (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.10)

Este modo do fazer jornalístico está em constante desenvolvimento, baseado no avanço das tecnologias. Segundo Primo e Träsel (2006), as condições que favorecem o desenvolvimento do jornalismo na web são:

maior acesso à Internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online; popularização e miniaturização das câmeras digitais e celulares; a “filosofia *hacker*” como espírito de época; insatisfação com os veículos jornalísticos e a herança da imprensa alternativa (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.3).

O meio esportivo é seguidamente alvo de críticas dos que o acompanham. No futebol, por exemplo, gremistas acusam repórteres e demais profissionais de serem “colorados demais”, enquanto colorados acusam estes mesmos profissionais de serem “gremistas demais”. A insatisfação em como o conteúdo específico do time mexe com a paixão dos leitores, que deixam de pensar racionalmente. O Torcedores.com possibilita que o colaborador escreva notícias sobre o seu próprio time, permitindo que o assuma abertamente e tornando-se um contraponto aos veículos tradicionais. “A idéia de participação é, justamente, descentralizar a emissão, oportunizando que mais vozes tenham vez no espaço público” (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p.2).

Outro motivo que leva os cidadãos ao desejo de se tornarem colaboradores do portal Torcedores.com são as poucas vagas disponíveis, seja de estágio ou efetivo, na área de jornalismo esportivo em veículos midiáticos de grande circulação. Devido a esse fator, o site conta com a participação de muitos estudantes de jornalismo que querem adentrar a área esportiva e não encontram onde começar e de recém-formados que buscam trabalhar na área. Ainda, esta forma de jornalismo permite a cobertura do vácuo deixado pela imprensa tradicional, uma vez que a grande mídia tem número limitado de profissionais e recursos, não podendo estar presente em diversos espaços ou na quantidade de eventos que gostaria.

“A diferença principal do jornalismo tradicional e do webjornalismo participativo está em contar com interações mais profundas *com* e *entre* os colaboradores” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.15, grifos do autor). Desta maneira, é possível criar uma diversidade de conteúdos que conversam entre si e moldam um jornalismo amplo e independente dos meios tradicionais.

O PORTAL COLABORATIVO TORCEDORES.COM

A plataforma de jornalismo colaborativo foi fundada no final de 2013 pelo empresário e locutor esportivo norte-americano Derek Hall e pelo brasileiro Sergio Sacchi. Em 2016, o Torcedores.com atingiu a marca de 100 mil matérias publicadas. Hoje o portal conta com 220 colaboradores ativos, dispostos entre as seis categorias de trabalho.

Para ser colaborador do site não é necessário ter estudos ou formação em Jornalismo. O interessado envia uma matéria, onde os editores do portal avaliam a técnica utilizada na escrita. Em até 72 horas o texto é aprovado ou rejeitado pelos editores. Em caso de aprovação, o portal oferece um curso grátis de jornalismo esportivo e, após a realização do curso, já é possível publicar matérias autorais no Torcedores.com. Quanto à produção de conteúdo por pessoas que não são jornalistas e o interesse destas em consumir jornalismo alternativo, Weber (2010) coloca:

na web o poder de decisão estaria tanto nas mãos dos produtores, que nem sempre são jornalistas (já que qualquer usuário pode publicar conteúdo na web), assim como no usuário final, que ao navegar na web age como seu próprio *gatekeeper*, sem necessariamente percorrer os veículos tradicionais de mídia (WEBER, 2010, p.10).

Segundo Primo e Träsel (2006), a produção de notícias independente das grandes empresas e do oficialismo, praticada por pessoas que não são jornalistas, pode ter também um sentido político, representando resistência e ativismo. No caso do Torcedores.com, isso pode ser relacionado à insatisfação dos consumidores em relação a notícias dos seus próprios times, acusando os jornalistas de veículos tradicionais de clubistas. Escrevendo suas próprias matérias eles encontram uma maneira satisfatória de abordar esse conteúdo e dividi-lo com pessoas que pensem de maneira semelhante.

Existem seis categorias de colaboradores, em uma classificação feita pelos jornalistas responsáveis pela gestão do Torcedores.com, dispostas em forma de linha do tempo, cada uma com suas atribuições. São elas:

1. *Inicial*: Corresponde ao tempo em que o colaborador está realizando o curso básico. Nessa categoria, ele escreve matérias apenas como exercício.
2. *Júnior*: É possível publicar textos com a revisão da equipe. A produção mínima é de três textos por semana. O tempo médio de permanência é de duas semanas.
3. *Pleno*: As publicações passam a não necessitar de aprovação prévia e são acompanhadas por um editor. A produção mínima é de sete textos por semana. O tempo de permanência é de oito semanas.
4. *Sênior*: Pode publicar e escolher fotos sozinho. A produção mínima é de 14 textos por semana. O tempo de permanência é de 16 semanas e, para estar nessa categoria, é preciso manter uma audiência de três mil pessoas por semana.

5. *Master*: Também pode publicar e escolher fotos sozinho. A produção mínima é de 21 textos por semana. O tempo de permanência é de 24 semanas e o alcance médio das notícias publicadas deve ser de 20 mil leituras por semana. Neste nível já é possível receber remuneração, calculada de acordo com a audiência de cada colaborador.
6. *Especialista*: Como no Sênior e no Master, pode publicar e escolher fotos sozinho. A produção mínima é de 35 textos por semana. O tempo de permanência é de 50 semanas e o alcance médio de audiência deve ser de 50 mil, ou mais, leituras por semana. Essa categoria também é remunerada de acordo com o nível de audiência.

A ausência de limitações de tempo para produção das notícias e de espaço disponível no portal para a publicação destas permite que grande volume de conteúdo seja publicado todos os dias. Canavilhas defende que “o webjornal não deverá ter periodicidade. A atualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação” (CANAVILHAS, 2001, p.6-7).

Tendo em vista os dados de produção mínima de textos por semana, os 220 usuários ativos no portal em junho de 2017 produziram mais de 5.500 matérias no mês. Segundo Escalonilla (2007), citada por Weber (2010), gerenciar a periodicidade dos conteúdos, devido à pluralidade de informações, é um dos desafios para o jornalismo digital, já que sofre uma mudança significativa em relação aos meios impressos e se aproxima da simultaneidade.

O conteúdo que chega à redação pelos colaboradores que se encontram em fase inicial na publicação de conteúdo é filtrado pela equipe de gestão de colaboradores.

Uma vez que os “cidadãos-comuns” são transformados em agentes produtivos, conclui-se que eles sejam também portões selecionadores *gatekeepers* de tudo que vivenciam, assistem e tomam conhecimento, escolhem o que mais lhes interessa para publicar no veículo on-line (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p.6).

Os critérios utilizados para a seleção feita pelos gestores são a relevância da pauta e a qualidade do texto. A partir do momento em que os colaboradores são considerados aptos a publicar sozinhos, estes podem escolher entre as pautas consideradas de maior relevância, que são oferecidas pelos próprios editores, e seus conteúdos passam a não requerer filtro durante a produção da matéria, apenas em caráter de revisão após sua publicação, processo centralizado em profissionais da área jornalística.

“No webjornalismo participativo, o integrante é integrado ao processo de produção da notícia como nunca antes” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.10). Os colaboradores podem escolher suas próprias pautas, que surgem do acompanhamento dos esportes e da leitura de outros portais de notícias ou, até mesmo, de fontes oficiais, ou aderir a sugestões dadas pelos editores do Torcedores.com. Os assuntos de relevância chegam à redação e aos colaboradores através de rádio, internet, televisão e redes sociais. “Além disso, o internauta tem hoje acesso mais fácil às fontes primárias da informação, podendo tangenciar a mediação do jornalista”, conforme afirmam Primo e Träsel (2006).

O Torcedores.com costuma ser pautado pela grande mídia, reproduzindo os conteúdos dados por veículos midiáticos de grande circulação. Bantz (1990b), citado por Shoemaker e Vos (2011), sugere que veículos jornalísticos

com frequência produzem pontos de vista sobre o mundo bastante semelhantes porque operam dentro de um mesmo ambiente noticioso, são influenciadas pelo que as outras fazem e possuem uma tendência a replicar o que fizeram anteriormente (BANTZ, 1990B apud SHOEMAKER; VOS, 2011, p.16)

Com a criação de um núcleo de reportagem, chefiado pelo jornalista Renan Prates, a tentativa da Torcedores.com é de inverter a lógica atual, buscando produzir conteúdo exclusivo para o portal e servir de referência para os demais veículos.

“O papel principal do webjornalismo participativo é cobrir o vácuo deixado pela mídia tradicional” (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p.8). O Torcedores.com cumpre com essa premissa. Devido ao grande número de colaboradores, o portal é capaz de apresentar conteúdos mais diversificados, aprofundados e que abordam esportes que hoje não recebem espaço na mídia tradicional, como, por exemplo, os esportes olímpicos. Para Flávio Moreira (2016), editor-chefe do Torcedores.com, o modelo de jornalismo colaborativo praticado pelo portal é capaz de suprir as carências do mercado. Ainda, segundo Moreira (2016):

Não só conseguimos fazer coberturas completas de determinados assuntos, como também passamos a explorar modalidades até então com pouco destaque na mídia. E é com essa abrangência que conseguimos abastecer parceiros de conteúdo com restrições em mão de obra ou produção (MOREIRA, 2016).

Weber (2010) afirma que "a abundância de informação disponível acaba por tornar imprescindível a atuação de mecanismos de seleção, no caso, os jornalistas" (WEBER, 2010, p.12). No Torcedores.com, da escolha da pauta a publicação do conteúdo em sua versão final, ele passa por cerca de sete pessoas, sendo seis delas jornalistas. São elas o colaborador responsável pela matéria, um Assistente de Redação, três Editores, um

Editor-Chefe e, por fim, o Gerente de Comunidade. Segundo o modelo proposto por McNelly (1959), "a história passa de um *gatekeeper* para outro, cada um dos quais pode cortar, reorganizar ou fundir a história com uma outra antes que ela chegue ao receptor final" (MCNELLY, 1959 apud SHOEMAKER; VOS, 2011, p.32).

Na página inicial do portal, encontra-se um *slider* com as principais notícias do dia, que conta com três ou mais notícias por vez. Ao rolar a página, depara-se com cinco destaques principais e quatro, dois ou um destaques por categoria, de acordo com os assuntos de maior interesse do público que consome o conteúdo do Torcedores.com.

As matérias presentes no *slider* são definidas pelos editores, de acordo com o que estes julgam necessário levar a público naquele momento e seguindo os padrões editoriais do portal. Já os colaboradores têm a opção de dar destaque maior na home para as matérias que julgarem boas. Ainda, os editores, com formação em jornalismo, fazem constantemente uma curadoria, mudando os destaques quando julgam necessário e adequando o conteúdo ao padrão do veículo. Segundo Shoemaker e Vos (2011), além de selecionar as principais matérias para o destaque, os editores, através do processo de *gatekeeping*, modificam o conteúdo de forma a torná-lo mais atraente para o consumidor final, ou seja, o público do Torcedores.com.

O menu do site é dividido em quatro categorias: Futebol, Mídia, Lutas e Mais. Cada uma delas é composta por subcategorias, sendo elas, Mercado da Bola, Meu Time, Brasileirão Série A, Brasileirão Série B, Copa do Brasil, Internacional, OddsShark, Fut7, Futebol Feminino, Futsal, Cartola FC e Placar Ao Vivo na categoria Futebol. Na categoria Mídia, a única subcategoria é Guia de TV.

Na categoria Lutas, as opções são Boxe, Judô e MMA. Em Mais pode-se encontrar Olímpicos, Esportes Americanos, Radicais, Fitness e Games. Ainda, das 21 subcategorias, 11 abrem outras opções de escolha, ainda mais específicas. O site conta, ainda, na parte esquerda da tela, com um box intitulado Últimas Notícias, onde as matérias mais recentes vão aparecendo logo que são publicadas.

Durante o processo de produção até a publicação, a matéria passa por várias fases de seleções que moldam o conteúdo. Segundo Lewin (1951), citado por Shoemaker e Vos (2011), o aceite da matéria e a categoria e a subcategoria em que ela se enquadra são portões, sendo o movimento da informação dentro do portal controlado por *gatekeepers*.

As categorias e seus respectivos nomes foram decididos pela gerência de conteúdo do Torcedores.com, em conjunto com os editores do site. Estas foram pensadas de acordo

com a produção de conteúdo dos colaboradores sobre os temas das editorias e do interesse do público. Embora exista a possibilidade de acrescentar novas divisões, é necessário um volume mínimo de matérias sobre o tema.

Nota-se que o portal prioriza e destaca como categoria o Futebol, principalmente com matérias relacionadas ao masculino e internacional, devido ao alto consumo das notícias em questão. Em relação a isso, Shoemaker e Vos (2011) afirmam que "a cultura de um país pode definir o que é um desvio e qual é o significado social dos eventos, ambas dimensões do valor de notícia" (SHOEMAKER; VOS, 2011, p.16).

Os conteúdos publicados no portal são enquadrados nas editorias de acordo com os critérios editoriais do Torcedores.com. Os colaboradores, ao publicarem uma matéria, já determinam a seção a qual ela pertence, seguindo a orientação prévia dos editores. Levando em consideração a possibilidade de erros, cerca de uma vez por dia os editores realizam uma revisão na categorização do conteúdo.

Apesar de ser considerada uma plataforma de jornalismo alternativo, o Torcedores.com construiu e solidificou sua imagem junto a seu público alvo, sendo reconhecido como um portal referência na área de jornalismo esportivo. Por isso, é possível afirmar que o portal legitima o conteúdo publicado por seus colaboradores, que, caso fossem publicados em blogs ou redes sociais não teriam o mesmo alcance nem a mesma credibilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os argumentos apresentados neste artigo, é possível dizer que o portal Torcedores.com é baseado no modelo de webjornalismo participativo, pois funciona de maneira a permitir que o público seja também o produtor de conteúdo, e que faz uso do processo de *gatewatching* para selecionar o conteúdo enviado por seus colaboradores.

No veículo em questão, os jornalistas ocupam cargos mais altos que os demais, Allan Simon, Matheus Adami e Eduardo Lucizano atuam na função de Editores, Carol Patrocínio tem o cargo de Editora de Comunidades, Renan Prates atua como Chefe de Reportagem, Lucas Tieppo é o Editor Sênior e Flávio Moreira tem a função de Gerente de Conteúdo e de Comunidades, sendo responsáveis somente pelas fases de sugestão de pautas e de edição do conteúdo já entregue. Cargos como o de Assistente de Redação e

de Gerente de Comunidade são necessários para cumprir com o papel do jornalista na era da web: o de selecionador da informação.

O volume de textos publicados por mês, devido ao grande número de colaboradores ativos, prova que o online não impõe limites para a produção e divulgação de matérias de interesse jornalístico, porém, de certa forma, ativa um alerta: seriam todas as 5.500 matérias relevantes o suficiente para serem publicadas em um portal jornalístico?

A escolha de pauta pelos colaboradores amplia o número de possibilidades em relação aos temas e aos esportes que podem ser abordados, uma vez que as experiências pessoais de cada pessoa são fortes influenciadoras do modo que cada um percebe o mundo ao seu redor. Diversos gostos e maneiras de escrever se mesclam, tornando o portal plural.

Apesar de, em alguns momentos, o Torcedores.com seguir o mesmo caminho e publicar o mesmo conteúdo que a mídia tradicional, o portal tem mais mão de obra, podendo cobrir o vazio deixado pelos veículos tradicionais. As matérias abordam temas de maior amplitude, modalidades com pouco ou nenhum espaço na mídia tradicional e tem a possibilidade de aprofundar seu conteúdo.

O site apresenta uma hierarquização de funções, uma vez que as tarefas consideradas mais relevantes são feitas por jornalistas contratados. Os colaboradores trabalham apenas na construção da matéria e na seleção de matérias para o destaque da *home*, mas são os jornalistas que definem quais serão as matérias que ficarão em destaque no *slider* e que revisam os trabalhos feitos pelos demais.

São vários os motivos pelo qual um internauta se interessa em escrever para o Torcedores.com e passar pelo processo de seleção: insatisfação com a mídia esportiva tradicional, desejo de iniciar no mercado esportivo, no caso de estudantes de comunicação, contribuir com informações relevantes para determinado tema e, até mesmo, o *status* de ter uma matéria publicada em um portal de notícias.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf. Acesso em 05 jun. 2017.

FONSECA, Virginia; LINDEMANN, Cristiane. **Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, v.1, n.34, p. 86-94, 2007. Disponível em:

www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/4589/4308. Acesso em 05 jun. 2017.

MOREIRA, Flávio. In: **Com três anos de existência, Torcedores.com atinge 100 mil matérias publicadas**. Portal Imprensa, 23 set. 2016. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/78371/com+tres+anos+de+existencia+torcedorescom+atinge+100+mil+materias+publicadas>. Acesso em: 06 jun. 2017.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. UNIREvista, vol. 1, nº 3, julho/2006. Disponível em: www.unirevista.unisinos.br. Acesso em 05 jun. 2017.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping: Seleção e Construção da Notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, William Robson Cordeiro; GOMES, Marcília. **O que é notícia: A influência do gatekeeping na produção jornalística da TCM**. In: Intercom, 2009, Curitiba. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1523-1.pdf>. Acesso em 05 jun.2017.

WEBER, Carolina Teixeira. **Gatekeeper e gatwatching: repensando a função de selecionador no webjornalismo**. In: Intercom Sul, 2010, Novo Hamburgo. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0493-1.pdf>. Acesso em 05 jun. 2017.